

**ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КОММЕРЦИИ**

УДК 338.46

На правах рукописи

НАДЖМИДДИНОВ ФИРДАВС НУРИДДИНОВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ
УСЛУГ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**

ДИ С С Е Р Т А Ц И Я

**на соискание ученой степени доктора экономических наук по
специальности 08.00.05 – Экономика сферы услуг (08.00.05.01 –
Торговля, коммерческие и бытовые услуги)**

**Научный консультант:
доктор экономических наук,
профессор Кодирзода Д.Б.**

Душанбе-2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	21
1.1. Теоретические основы трансформации понятия природы услуг в условиях рыночных отношений.....	21
1.2. Роль и социально-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг.....	36
1.3. Особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях.....	59
Выводы по первой главе.....	72
ГЛАВА II. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФУНКЦИОНИРО- ВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	77
2.1. Концептуальные основы методологии функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг.....	77
2.2. Проблемный подход к стратегическому анализу развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг.....	88
2.3. Разработка организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.....	100
2.4. Методические аспекты функционирования и развития малых предприятий сферы услуг в условиях риска.....	110
Выводы по второй главе.....	124
ГЛАВА III. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	128
3.1. Тенденции развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях.....	128
3.2. Оценка влияния факторов на развитие малого предпринимательства в сфере услуг.....	150

3.3. Социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательству в сфере услуг.....	162
Выводы по третьей главе.....	178
ГЛАВА IV. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	181
4.1. Экономико-математическое моделирование определения спроса населения на платные услуги.....	181
4.2. Критерии оптимизации размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг.....	199
4.3. Экономико-математическая модель рационального размещения малых предпринимательских структур в сфере услуг.....	210
Выводы по четвертой главе.....	226
ГЛАВА V. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	229
5.1. Формирование стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг.....	229
5.2. Модель организации бизнес-инкубатора – как основа развития малого предпринимательства в сфере услуг.....	242
5.3. Развитие системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства в сфере услуг.....	254
5.4. Совершенствование организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.....	276
Выводы по четвертой главе.....	290
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	294
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	303

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Развитие предпринимательской деятельности выступает ключевым фактором обеспечения опережающих темпов развития национальной экономики. В современных условиях, когда внешние вызовы и угрозы влияют на хозяйственную деятельность субъектов предпринимательства и экономики республики в целом, названный фактор приобретает особое значение. Бесспорно, предпринимательская деятельность в различных ее видах и формах способствует внедрению инноваций, технологическому обновлению производства и мотивацию на переход к современным технологиям.

Правительство Республики Таджикистан уделяет особое внимание развитию малого предпринимательства и обеспечению благоприятного инвестиционного климата. Так, Основатель мира и национального согласия-Лидер нации, Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон в своем Послании Маджлиси Оли Республики Таджикистан в 2016 году отметил, что «Развитие частного сектора, в том числе предпринимательства, является одним из основных направлений экономической политики. Правительство страны для обеспечения дальнейшего развития страны и максимально большего привлечения прямых инвестиций расширяет процесс реформы в направлении улучшения инвестиционного климата и продвижения предпринимательской деятельности»¹.

Несмотря на принятые меры по устойчивому развитию малого предпринимательства в республике, темпы роста основных его показателей все еще не отвечает современным требованиям, качество предоставляемых услуг в различных сферах малого бизнеса остается низким, инфраструктура малого предпринимательства нуждается в совершенствовании. В то же время,

¹Источник: Официальный сайт Президента Республики Таджикистан – Режим доступа: <http://www.president.tj/ru/node/13747>

следует отметить, что в республике существуют возможности и потенциал для развития малого и среднего предпринимательства. В этой связи, на наш взгляд, с теоретической, методологической и практической точки зрения в нынешних условиях весьма необходимым является исследование проблем совершенствования организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Мировой опыт показывает, что создание благоприятных условий для развития предпринимательства является основной тенденцией и ключевым фактором экономического роста. Учитывая изложенное, можно сформулировать вывод о том, что существующие реалии социально-экономического функционирования и развития малого предпринимательства, оценки состояния и развития, формирования спроса на предоставляемые платные услуги и оптимизации размещения предпринимательских структур, разработки модели организации бизнес-инкубатора в сфере услуг требуют более всестороннего исследования.

Таким образом, исследование теоретико-методологических и практических аспектов проблемы организационно-экономического механизма организационно-экономических механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг является обоснованным и актуальным.

Степень научной разработанности темы. Научно-теоретические аспекты настоящего диссертационного исследования формировались на основе изучения теоретических, методологических и практических разработок отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования организационно-экономических механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Значительный вклад к исследованию проблем развития предпринимательства в сфере услуг сделали основоположники классической и неоклассической школы экономических учений как Ж.-Б. Сей, А. Смит, Дж. Кейнс и др. Дальнейшее развитие теории предпринимательства и ее

различных форм получила в научных трудах ученых: П. Самуэльсона и В. Нордхауса; С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи; К.Р. Макконнела, С.Л. Брю. Также весомый вклад в развитие теории предпринимательства и ее трансформации внесли ученые-экономисты России как Абалкин Л.И., Абчук В.А., Асаул, А.Н., Бусыгин А.В., Борсученко Э.И., Виленский А., Глазьев С.Ю., Горфинкель В.Я., Друкер П., Львов Д.С., Карустина Н.В., Косов В.В., Кулагин А.С., Павлюк Р.В., Паникин А.С., Савченко В.Г. и др.

Различные вопросы анализа различных форм и стратегий развития малого предпринимательства нашли отражение в работах отечественных ученых-экономистов – Х.Н. Факерова, С.Х. Хабибова, Р.К. Раджабова, И.А. Аминова, С.Дж. Комилова, Н.К. Каюмова, Л.Х.Саидмуродова, М.Ш. Рахимова, А.Б. Мирсаидова, Н.Ф. Нидоева, М. Джамshedова, Ф.А. Кодирова, К.К. Толибова и др.

Отдельные вопросы и аспекты развития сферы услуг развиты в трудах Дустбоева Ш.Д., Кадырова Д.Б., Мукаддасзода Ф.М., Нидоева Н.Ф., Низамовой Т.Д., Раджабова Р.К., Рауфи А., Саидовой М.Х., Ходжаева П.Д., Шаропова Ф.Р., и др.

Высоко оценивая значительный вклад названных ученых в процессе изучения научно-методологических, методических и практических вопросов, важно подчеркнуть, что некоторые проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг до настоящего времени являются малоизученными и нерешенными.

Таким образом, малоизученность социально-экономической сущности и роли малого предпринимательства в сфере услуг, а также разработка и совершенствование организационно-экономического механизма его всестороннего развития, определили выбор темы диссертации, объекта и предмета работы, обусловили формулировку целей и задач исследования.

Связь исследования с программами (проектами) и научными темами. Тема настоящего исследования непосредственно связана с

приоритетными направлениями развития экономической науки в республике, в том она связана с вопросом обеспечения развития малого и среднего предпринимательства, определенных в Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года.

Также тема диссертации входит в рамки перспективного плана научно-исследовательских работ Таджикского государственного университета коммерции на 2021-2025 годы по теме «Разработка основных направлений стратегии развития внутренней торговли, предпринимательства, в том числе инновационного предпринимательства в Республике Таджикистан и городе Душанбе на 2021-2030 годы (РБ 0121ТJ1206), утвержденным Государственным учреждением «Национальный патентно-информационный центр» Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью диссертации является разработка теоретико-методологических основ организационно-экономического механизма функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг и обоснование рекомендаций по его совершенствованию в условиях рыночной экономики.

Задачи исследования. Цель диссертационной работы предопределила постановку и последовательное решение следующих научно-теоретических, методологических, методических и практических задач:

- исследовать научно-теоретические основы понятия услуги, а также роль и социальное-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях;
- выявить особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- изучить методологические подходы к анализу функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- разработать организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- выявить тенденции малого предпринимательства в сфере услуг и определить влияние факторов на его развитие в современных условиях;
- осуществить социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг;
- разработать экономико-математическую модель спроса населения на платные услуги в республике;
- определить критерии оптимизации и разработать экономико-математическую модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг;
- обосновать приоритеты стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг и разработать модель организации бизнес-

инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг;

- предложить основные направления совершенствования организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг.

Объектом исследования выступают предпринимательские структуры малой форм деятельности в сфере услуг Республики Таджикистан.

Предметом исследования являются социально-экономические и организационные отношения, складывающиеся в процессе совершенствования организационно-экономического механизма малого предпринимательства в сфере услуг.

Гипотеза исследования основана на представлении роли развития малого предпринимательства в сфере услуг в обеспечении устойчивых темпов экономического роста. Именно осуществление комплекса необходимых мер по развитию малого предпринимательства в сфере услуг, в числе прочих факторов, может способствовать дальнейшему развитию национальной экономики посредством создания новых рабочих мест и обеспечения благосостояния населения.

Теоретико-методологической основой исследования составили исследования отечественных и зарубежных ученых по вопросам функционирования и развития предпринимательства, в том числе малого в сфере услуг, их методики и научные разработки, материалы научно-практических конференций. Также были использованы ежегодные Послания Президента Республики Таджикистан и законодательные акты и другие нормативно-правовые акты республики.

При подготовке диссертации использовались различные литературные источники, научные разработки, а также статистическая информация и материалы Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, официальные данные министерств и ведомств.

Информационная база исследования. При подготовке диссертационной работы использованы законодательные и нормативные акты Республики Таджикистан, различная экономическая литература, статистические отчеты Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, результаты научных исследований, проводимых в Таджикском государственном университете коммерции по проблемам развития предпринимательства и сферы услуг, Интернет-ресурсы.

Методы исследования. Для решения задач в диссертации использованы различные научные методы, такие как системно-структурный, причинно-следственный метод, метод изучения факторов, анкетный, экспертно-аналитический, экономико-математический, социальный, взаимосвязь количественных и качественных признаков, методы системно-количественной и комплексной оценки, также метод корреляционно-регрессионного и SWOT- анализа.

Исследовательская база. Диссертация выполнена в Таджикском государственном университете коммерции за 2015-2022 гг.

Научная новизна исследования заключается в обосновании следующих научно-теоретических и методологических аспектов организационно-экономического механизма развития предпринимательства в сфере услуг, а также разработке практических рекомендаций по его совершенствованию в современных условиях:

1. Развита научно-теоретические основы трансформации понятия услуги, а также уточнены роль и социальное-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях, которое становится важнейшим элементом национальной экономики и фактором ее устойчивого развития. Обосновано, что роль и место малого предпринимательства в современных условиях должны определяться не только с позиций получения максимума прибыли, но и с точки зрения его

вклада в решение наиболее значимых социальных задач общества: повышение занятости, развитие профессиональных и предпринимательских навыков, относительное выравнивание уровня денежных доходов населения и формирование среднего класса, пополнение рынка новыми товарами и услугами, участие в формировании бюджетов разных уровней .

2. Раскрыты особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере в условиях рыночной экономики. К особенностям развития данной сферы отнесены проявление экономической независимости, инициативности, свободы действий, использования специфических форм материального поощрения работников, что предопределяет высокую эффективность использования имеющихся ресурсов, принятия и реализации оптимальных управленческих решений, способность быстрой адаптации к изменению внешних условий и обстоятельств рыночной конъюнктуры, ориентация на производство товаров и услуг сравнительно небольшого потребительского спроса или требующих малого времени, чтобы довести услуги до потребителя, возможность для расширения производства и выгодно реализовать свое дело, для перехода на другие перспективные направления. Вместе с тем, к основным проблемам развития малого предпринимательства в сфере услуг отнесены высокая арендная плата за предоставляемое помещение, высокие ставки по кредитованию, отсутствие льготного налогообложения, высокие цены на услуги транспорта, электроэнергии, водоснабжения и других видов услуг.

3. Уточнены методологические подходы к анализу функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг на основе применения проблемного подхода к стратегическому анализу, позволяющим оценить их взаимодействия с внешней бизнес-средой и факторами, оказывающие влияние на развитие малого предпринимательства в отраслях сферы услуг. Отмечено, что функционирование и развитие малого предпринимательства в сфере услуг требует всестороннего учета особенностей их становления, выбора критерий

для рационального размещения предприятий, оптимизации взаимоотношений между различными формами малого предпринимательства и государства, влияния предпринимательства на развитии территориальных образований, определении валового внутреннего продукта, решения социальных задач и др.

4. Обоснован и разработан организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг. Дано авторское определение организационно-экономическому механизму развития малого предпринимательства в сфере услуг как комплекса отношений между субъектами и объектами, регулирующие прямые и обратные связи, которые возникают между предприятиями в сфере услуг и другими госорганами, а также институциональными структурами для применения методов и средств воздействия на условия хозяйствования предпринимателей в этой сфере, направленные для удовлетворения спроса потребителей. Предложенный организационно-экономический механизм малого предпринимательства в сфере услуг подразделяется на два блока: организационный механизм – институциональные формы регулирования, охватывающие нормативно-правовые акты, условия и правила ведения предпринимательства, а также традиции и обряды; экономический механизм – финансовые формы регулирования, имущественные формы поддержки и предоставления инфраструктурных услуг.

5. На основе анализа развития малого предпринимательства в сфере услуг установлены тенденции увеличения объема оказанных услуг на основе динамики и структуры малого предпринимательства, распределения платных услуг, оказанных населению по формам собственности, а также в отраслевом разрезе Республики Таджикистан. На основании опроса респондентов выделены факторы, формирующие предпринимательскую среду на основе поддержки малого бизнеса, правовой защищенности предпринимателей, безопасности ведения бизнеса, государственной экономической политики, доступности финансирования и кредитования, качества конкурентной среды,

доступности ресурсов, влияния крупного бизнеса на малое предпринимательство и т.д. К числу факторов, препятствующих развитию малого предпринимательства в сфере услуг, в работе отнесены финансово-экономические барьеры, в том числе высокие налоговые ставки и проценты за кредит, низкий уровень существующих социальных гарантий, отсутствие требуемой имущественной и информационной поддержки, низкий уровень существующей инфраструктуры рынка, затруднения с внедрением франчайзинга, проведения необходимых маркетинговых исследований и др.

6. Осуществлен социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг с целью выявления общего отношения трудоспособного населения к предпринимательству в сфере услуг, имеющийся экономическо-финансовый потенциал анкетированного и его семьи, потенциала для ведения собственного бизнеса и уровня знаний, профессиональных качеств, навыков и умений в своей сфере деятельности. Сделан вывод о положительном отношении населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг как важный фактор стимулирования дальнейшего развития малого бизнеса в сфере услуг.

7. Разработана экономико-математическая модель определения спроса на платные услуги населению в Республике Таджикистан на основе многофакторного корреляционно-регрессионного анализа. Установлено, что полученные модели адекватны и реально характеризуют спрос на оказываемые услуги субъектами малого предпринимательства в республике.

8. Систематизированы критерии оптимизации решения задачи размещения малых предприятий в сфере услуг, разработана и предложена экономико-математическая модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг с учетом применения различных ограничений и используемых средств и современных методов планирования, прогнозирования, разработки и использования антикризисного управления, использования технологий адаптивного управления и принятия решений в

условиях риска и неопределенности, решения задачи оптимизации размещения объектов сферы услуг, выделяя целевые функции и критерии их совместного согласования с применением геоинформационных систем.

9. Обоснованы приоритеты стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг и разработана модель организации бизнес-инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг. К основным направлениям отнесены укрепление и диверсификация экономики, развитие инфраструктуры в сфере услуг, повышение общего благосостояния; стимулирование создания рабочих мест, обеспечение экономической самодостаточности, рациональное использование современной технологий, снижение уровня бюрократических процедур регистрации вновь создаваемых хозяйствующих субъектов, применение принципов венчурного финансирования, задействование механизмов государственно-частного партнерства, предоставление налоговых льгот, предоставление на приемлемых условиях помещений в аренду и др.

10. Разработаны рекомендации по совершенствованию организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг. Предложены меры по развитию системы бизнес-инкубаторов как важнейшей площадки для реализации возможностей субъектов малого предпринимательства в сфере услуг, совершенствованию механизма управлением развития социальных функций малого предпринимательства, которая должна быть нацелена на сотрудничество между государством и субъектами предпринимательской деятельности, созданию взаимовыгодного механизма воздействия государства на субъекты предпринимательской деятельности. Предложена необходимость разработки механизма финансово-кредитной поддержки субъектов малого предпринимательства, обеспечения доступа к информационно-коммуникационным ресурсам, развития системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы услуг, создания благоприятного

климата для развития конкуренции, развития инфраструктуры малого предпринимательства в сфере услуг, кооперация деятельности субъектов крупного бизнеса и малого предпринимательства и др.

Основные положения исследования, выносимые на защиту. На защиту выносятся следующие научные, теоретические, методологические и практические результаты исследования:

- развитие научно-теоретических основ трансформации понятия услуги и уточнение роли и социального-экономического значение развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях;

- выявление особенностей и проблем развития малого предпринимательства в сфере услуг в условиях рыночной экономики;

- уточнение методологических подходов к анализу функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг на основе применения проблемного подхода к стратегическому анализу;

- разработка организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.

- выявление тенденций развития малого предпринимательства в сфере услуг и определение влияния факторов на его развитие в современных условиях;

- осуществление социально-демографического анализа отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг.

- разработка экономико-математической модели определения спроса на платные услуги населению на основе многофакторного корреляционно-регрессионного анализа.

- систематизация критериев оптимизации размещения малых предприятий в сферы услуг и разработка экономико-математической модели рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг;

- обоснование приоритетов стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг и разработка модели организации бизнес-инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг;

- разработка рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что теоретико-методологические положения, обоснованные в диссертационной работе, способствуют дальнейшему развитию системы предпринимательской деятельности и сферы услуг, изучения подходов к созданию необходимых социально-экономических условий воспроизводства потенциала малого предпринимательства, а также анализа ее влияния на эффективность обслуживания в сфере услуг и ее сегментов.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемые теоретико-методические положения направлены на создание необходимых социально-экономических условий воспроизводства и использование потенциала, повышение эффективности их использования и инновационного развития малого предпринимательства в сфере услуг и ее сегментов.

Основные научные результаты могут быть использованы органами государственной власти при разработке приоритетов по развитию малого предпринимательства, созданию бизнес-инкубаторов и их инфраструктуры.

Кроме того, практическая значимость выполненного исследования состоит в том, что сформулированы конкретные рекомендации, которые используются при разработке программ, проектов и стратегических планов развития предпринимательства в сферы услуг. Разработанные в диссертации теоретико-методические подходы к формированию и развитию сферы

услуг могут служить методической базой и основой разработки принципов государственной поддержки малого предпринимательства в сфере услуг.

Практическое значение имеют полученные автором результаты определения приоритетных направлений, форм и методов формирования, использования и развития потенциала предпринимательских структур, повышения эффективности использования всех видов ресурсов в процессе предоставления услуг различным слоям населения.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Тема диссертации соответствует следующим пунктам Паспорта научной специальности 08.00.05 – Экономика сферы услуг (08.00.05.01 – Торговля, коммерческие и бытовые услуги): 2) Современные тенденции развития организационно-правовых форм хозяйствования в торговле, коммерческих и бытовых услуг; 20) Совершенствование механизма размещения предприятий торговли, коммерческих и бытовых услуг; 26) Разработка системы мер государственного регулирования торговли, коммерческих и бытовых услуг; 33) Совершенствование организации и управления различных направлений деятельности торговых предприятий, субъектов коммерческих и бытовых услуг; 34) Стратегическое управление торговых предприятий, субъектов коммерческих и бытовых услуг; 36) Особенности развития предпринимательства в сфере торговли, коммерческих и бытовых услуг.

Личный вклад соискателя ученой степени в диссертационное исследование. Диссертационное исследование проводилось при непосредственном участии автора, такого как, выбор темы, ее обоснование и актуальность, цель и задачи исследования. Автор внес вклад в разработку и апробацию теоретико-методологических и методических положений по использованию потенциала субъектов малого предпринимательства и их влияния на эффективность экономических результатов предпринимательской деятельности.

Личное участие автора в получении изложенных в диссертации результатов, подтверждено соавторами и отражено в совместных публикациях.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования рассмотрены и одобрены на научных семинарах кафедры менеджмента, международных научно-практических конференциях Таджикского государственного университета коммерции (Душанбе, 2012-2022 гг.), Таджикского педагогического института города Пенджикента (Пенджикент, 2012-2022 гг.), Таджикского государственного финансово-экономического университета (Душанбе, 2016-2021 гг.), Международного университета туризма, предпринимательства и сервиса (Душанбе, 2012-2021 гг.), а также на республиканских научно-практических конференциях молодых ученых Таджикистана (2012-2021 гг.).

Основные результаты исследования были одобрены и внедрены в практику деятельности Министерство экономического развития и торговли Республики Таджикистан. Теоретико-методические положения диссертационного исследования используются в учебном процессе при разработке учебных программ, пособий и текстов лекций по дисциплинам «Экономика торговых предприятий», «Экономика предприятия», «Экономика и организация малого бизнеса», «Основы предпринимательства» для студентов, магистрантов и докторантов PhD экономических специальностей.

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 35 научных работ, в том числе 24 статей, в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК при Президенте Республики Таджикистан, а также 2 монографии.

Объем и структура диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, пять глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 310 наименования. Работа изложена на 335 страницах машинописного текста, содержит 39 таблицы и 40 рисунка.

Во введении обоснована актуальность темы диссертации и степень ее разработанности, определены цель, задачи, объект, предмет исследования; сформулированы предложения, обладающие научной новизной; обоснованы теоретическая база и практическая значимость исследования; представлены сведения об апробации результатов работы.

В первой главе «Научно-теоретические основы исследования особенностей развития малого предпринимательства в сфере услуг» исследованы научно-теоретические основы понятия услуги, роль и социальное-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях, а также выявлены особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Во второй главе «Методология исследования функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг» изучены методологические подходы к анализу функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг на основе применения проблемного подхода к стратегическому анализу развития и разработан организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг.

В третьей главе «Анализ современного состояния развития малого предпринимательства в сфере услуг» выявлены тенденции малого предпринимательства в сфере услуг и определены влияние факторов на его развитие в современных условиях, а также осуществлен социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг.

В четвертой главе «Определение спроса населения и оптимизация размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг» разработана экономико-математическая модель спроса населения на платные услуги в республике, определены критерии оптимизации и предложена модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг.

В пятой главе «Основные направления совершенствования организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг» обоснованы приоритеты стратегического развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг, разработана модель организации бизнес-инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг и предложены основные направления совершенствования организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг.

В заключении изложены основные результаты проведенного исследования в соответствии с поставленной целью, решаемыми задачами и сформулированы основные выводы в теоретическом и практическом плане.

ГЛАВА 1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

1.1. Теоретические основы трансформации понятия природы услуг в условиях рыночных отношений

Хозяйственный опыт показывает, что в современных условиях развития, исследуя различные способы производства материальных благ, человечество улучшает свои потенциальные возможности и сферы деятельности. Самое ценное для этого считается производство товаров, потому что на него возлагается важнейшая задача по обеспечению продуктами населения. Население, в свою очередь, характеризуется плюрализмом притязаний, предусматривающих наличие определенных возможностей.

Объективная необходимость существования нематериальных благ исходит оттого, что человек не всегда удовлетворяется от потребностей материальных благ и они нуждаются в услугах, удовлетворяющие их потребности. Следовательно, нематериальное благо необходимо признавать, как предмет их потребления.

Потребительская стоимость, характерно не только товарам, но и другим видам деятельности, для отличия которого получила название – услуга.

В научных исследованиях, считается, что впервые термин «услуга» ввел в научный оборот французский экономист Ж. Батист Сэй и считал, что под услугой «следует понимать не только реальную затрату труда в процессе производства, но и всякое вообще усилие, которое прилагается кем–либо или от которого освобождается тот, кто данной услугой пользуется»².

² Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии / Сэй Ж. Б. – Москва Директ–Медиа, 2007. – с.67. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26847>. – на рус. яз. (дата обращения: 24.09.2022).

Основоположник марксизма К. Маркс считает, что «услуга не что иное, как та особая потребительная стоимость, который доставляет этот труд, подобно всякому другому товару, но особая потребительная стоимость этого товара получила специфическое название «услуга» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности»³.

Известный маркетинголог Ф. Котлер трактовал, что «...услуга – это может быть какое-то мероприятие или выгода, где две стороны имеют возможность предложить одна, другой стороне, в основном они неосязаемы, неотделимы от источника, непостоянны в качестве и не сохраняемы»⁴.

Пик исследований, относящихся к сфере услуг, приходится на 60-90-е гг. XX столетия. Так, экономическая «категория «услуга» получила содержательный анализ также в теории общественных благ С.А. Брю, П. Самуэльсона, М. Макконнела. В основу исследования услуг авторами положены представления об общественных благах, где услуги рассматривались как часть экономических отношений, участвующих в формировании благ посредством непроизводственного (нематериального) труда»⁵.

Видный ученый в области маркетинга услуг профессор Гарвардского университета К. Лавлок утверждал, что услуга «...это вид экономической деятельности, создающей ценность и обеспечивающей определенные преимущества для потребителей в конкретное время и в конкретном месте, в результате осязаемых и неосязаемых действий, направленных на получателя услуги или его имущество»⁶.

К. Гронроос с позиции теории процессного подхода определил услугу как «...процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий,

³ Маркс К. Энгельс Ф. Соч. 2 – е изд. Т.26. ч.1. с.413

⁴Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - СПб. АО Коруна, 1994. - 690 с.

⁵Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебное пособие / К.Р. Макконнел, С.Л. Брю; пер. с англ. 11-го изд. Е.С. Иванова. – Киев: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.

⁶Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия: пер. с англ. / К. Лавлок. – 4-е изд. – М.: Вильямс, 2005. – С. 34.

которые при необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия – поставщика услуг. Данный процесс направлен на решение проблем покупателя услуги»⁷. Данное определение четко указывает, что услуга - это процесс, состоящий из действий и эти действия направлены на удовлетворение потребителей или клиентов.

Б.А. Райзберг трактовал услугу как «...вид деятельности, где в процессе выполнения модифицируется качество продукта и создается желаемый результат»⁸.

У.А. Бабич и В. Егоров предлагали свою трактовку о том, что «...услуга, это такая деятельность, которая направлена на удовлетворение той или иной потребности, а также комплекс мероприятий, содействующий удовлетворению необходимой потребности»⁹.

Появление услуги имеет исторический характер, который отражает процесс становления и развития конкретной ступени общества, а польза заключается в абстрактности ее труда, где определяется потребительская стоимость.

Т.Н. Арсалановым было дано определение, что «...услуга, это отношение общественного труда в форме его нетоварного обмена и в качестве непосредственно полезного процесса трудовой деятельности физического или юридического лица»¹⁰.

По мнению Г.Е. Гермаидзе «...услуга, это потребительская стоимость, полезной деятельности, которая удовлетворяет потребность человека и

⁷Gronroos C. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach / C. Gronroos. – 2nd ed. – West Sussex, England : John Wiley & Sons, 2000. – С. 316.

⁸ Современный экономический словарь. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева// под ред. Б.А. – ИНФРА-М, 2011. – 512с.

⁹ Бабич А., Егоров В. Экономика и финансирование социальной сферы. – Казань, 1999. – 415 с.

¹⁰Арсаланов Т. Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения» / Т. Н. Арсаланов // Маркетинг в России и за рубежом. - 2004. - № 2.

общества, то есть потребительная стоимость, потребляемая в процессе производства»¹¹.

Услуги, как и товары субъективного потребления, обретают товарный характер, где являются объектами потребительского рынка. Это также отмечено в словаре современной экономической теории Макмиллана, что «... Под услугами в экономической науке понимаются любые функции или операции, на которые имеется спрос, следовательно, и цена, устанавливаемая на соответствующем рынке», что дает основание считать любую полезную деятельность, создающей услуги, товаром¹².

Следует отметить, что в отечественной литературе исследованию вопросов развития сферы услуг начали в условиях переходы экономики республики на рыночные рельсы. После приобретения независимости отдельные научные школы и ученые-экономисты занимались исследованием различных сторон развития рынка услуг.

Так, отдельные вопросы и аспекты развития сферы услуг развиты в трудах Аминова И., Дустбоева Ш.Д., Комилова С.Дж., Кадырова Д.Б., Мукаддасзода Ф.М., Нидоева Н.Ф., Низамовой Т.Д., Раджабова Р.К., Рауфи А., Саидовой М.Х., Факерова Х.Н., Хабибова С., Ходжаева П.Д., Шаропова Ф.Р., и др.

В коллективной монографии известных отечественных исследователей «Сфера услуг: проблемы и перспективы развития» она определяется как «...совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения»¹³.

¹¹Гермаидзе Г.Е. Специфика образовательных потребностей молодежи в условиях реформирования российской экономики/ Г.Е. Гермаидзе, Е.Н. Заборова// Проблемы и перспективы развития железнодорожного транспорта: материалы Всерос. науч.-техн. конф. Екатеринбург: УрГУПС, 2000. - С. 61-63.

¹² Словарь современной экономической теории Макмиллана. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 250 с.

¹³Раджабов Р.К., Факеров Х.Н. и др. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / Р.К. Раджабов, Х.Н.Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х.Саидова,- Душанбе: Дониш, 2007. - С. 9.

По мнению Б.М. Джумъева «...услуга - это экономическое, невещественное благо, имеющая заказанную форму и завершённую деятельность, а также может сопровождаться вещественной формой, цель которого состоит в удовлетворении общественных запросов путем повышения потребительской полезности объекта услуги»¹⁴, кроме того, «...услуга также может приобретать и вещественную форму»¹⁵.

В Законе Республики Таджикистан «О сертификации продукции и услуг» услуга определяется как «результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя»¹⁶.

Изучая услуги, также необходимо проанализировать их виды (материальные и нематериальные), но для этого необходимо определить критерии и выделить их существующие элементы. Однако изучив отечественную и российскую экономическую литературу¹⁷, нами был выявлен еще один показатель, который позволит дать характеристику решению клиента о получении необходимых услуг (табл. 1.1).

Таблица 1.1.

Элементы определяющиеся в процессе оказания услуг

№	Элементы	Показатель
1.	А	покупатель
2.	Б	сервисное обслуживание
3.	В	система доставки от производителя до потребителя
4.	Г	физическое окружение
5.	Д	прочие показатели

¹⁴ Джумъев Б.М. Развитие торговли услугами в условиях вступления Республики Таджикистан во Всемирную торговую организацию / Джумъев Баховиддин Махмадназарович//Автореферат, на сосис. учёной степени к.э.н. - Душанбе, 2010. - С.9.

¹⁵ Там же.

¹⁶ Закон Республика Таджикистан «О сертификации продукции и услуг» / Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан. 2007 г., № 307.

¹⁷ Килль М. Ю. Коммерческая деятельность в сфере услуг/ М. Ю. Килль. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 139 с.; Развитие рынка оказания платных услуг населению в Республике Таджикистан/ Р.К. Раджабов, Ш.М. Рахимов, А.Р. Курбонов. Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук.-Душанбе: «Сино», 2014, № 2/4 (138). - С.43-47.; Раджабов Р.К. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Монография/ Р.К. Раджабов, Х.Н. Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х. Саидова - Душанбе: Дониш, 2007. - 544с.;

Д. Белл в работах считал, что «...новые технологии - это плод не «талантливый жестянщик», а «высоколобый интеллектуал»¹⁸, а также систематизируя свою теорию, разделяет ее на следующие 5 компонентов:

- первый компонент - основная тенденция переход от производства товаров к сектору услуг;
- второй компонент - преобладание профессионально-научно-технического потенциала;
- третий компонент - теоретические знания, это ключ к инновации;
- четвертый компонент - современные технологии для будущего;
- пятый компонент - применение «интеллектуальной технологии» при принятии стратегических решений¹⁹.

Таким образом, сектор услуг имеет значительные возможности, определяющие современные тенденции как «отход от вещей» в пользу сервисной деятельности²⁰.

Также Восколович Н.А. считал, что основные стратегические ресурсы, это «знания и информация». Материальное производство сужается во многих развитых странах, но, однако «индустрия знаний» стремительно растет²¹.

Поэтому стоит отметить, что современные взгляды многих ученых-исследователей на понятие «сервисная деятельность» основаны на соответствующих принципах и приемах, обусловленных велением времени перехода от материального производства к экономике, с преобладающим развитием сферы услуг.

Все эти тенденции сложились не в столь короткое время. С переходом от индустриального развития к постиндустриальному обществу сервисная деятельность претерпевает нескольких стадий (табл. 1.2).

¹⁸ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. / Д. Белл. - М., 2013. - С.157.

¹⁹ Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. - М. : Academia, 2004.-56с.

²⁰Наджмиддинов Ф.Н. Исследование факторов, влияющих на развитие предпринимательской деятельности. // Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук.- Душанбе: «Сино», 2015, № 2/7 (178).- С.132-141 (0,63 п.л.).

²¹ Восколович Н.А. Экономика платных услуг / Н.А. Восколович. М.: Юнити-Дана, 2007. — 399 с.

Этапы перехода от индустриального развития к постиндустриальному
обществу сервисной деятельности

Этапы	Характеристика
Первый этап	Обуславливает определенное повышение роли транспортных и общественных служб, представляющих продвижение товаров. Это, в свою очередь связано с появлением дополнительной потребности в энергии, что вызывает потребность к увеличению занятости рабочего класса
Второй этап	Растет массовое потребление благ и увеличивается количество жителей.
Третий этап	Модификация структуры потребления: минимизируется структура финансов на потребление; увеличивается финансирования на приобретение товаров и на услуги.

Следовательно, с ростом качества и уровня жизни населения, стало больше появляться новых потребностей, которые дают импульс для инновационного развития сервисной деятельности (услуг), определяются превалирующие воздействия нового вида сознания.

В своих исследованиях известный ученый К. Кларк разделял хозяйство на 3 сектора:

- сектор сельского хозяйства (первичный);
- сектор обрабатывающей промышленности (вторичный);
- сектор услуг (третичный).

Д. Белл, анализируя предложенную классификацию, дополнил эти сектора. Он предложил к сектору услуг включить ЖКХ и транспорт, а также предложил четвертый сектор торговли, страхования, финансовые услуги; и пятый сектор образования, здравоохранения, НИР, туристическую и сферу госуправления²².

²² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. - М.: Academia, 2004. - 56с.

Во многих исследованиях встречаются различные интерпретации, характеризующее это новое состояние экономики. Например, Д. Белл в своих трудах пользуется понятиями как: «экономика услуг» и «сервисная экономика», Э. Тоффлер «экономика сферы услуг»²³, а А.Ф. Фукуяма «экономика сферы обслуживания»²⁴.

Считаем, что у этих понятий имеется свое, отличное, например, «сервисная экономика» от «экономика услуг» состоит в дефиниции термина «сервис».

Термин «сервис», как его трактуют в современном экономическом словаре «...сервис – это организованное обслуживание в сфере производства и быта»²⁵, а также «...сервисная деятельность - целенаправленно направлена по созданию условий для более полного использования потребительских свойств товаров и повышения уровня комфорта бытовой жизни населения»²⁶.

По нашему мнению, сервисная деятельность - это активная специализированная организация сферы обслуживания, которая формирует третичный сектор в современной экономике, целью которого является создание нематериальных благ, предоставления разного рода услуг для людей и общества в целом.

В рыночных условиях контрагенты рынка вступают в всесторонние взаимоотношения, которые позволяют покупать и продать товары, а также и сопровождающих различную сервисную деятельность, где существует логистическая цепь продвижения товаров от изготовителя к потребителю имеется сервис услуг.

Исходя из этого, нами были выделены нижеследующие свойства сервисной экономика:

²³ Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. - М.: АСТ, 2004. -148с.

²⁴ Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма. - М.: АСТ, 2004.-124с.

²⁵ Современный экономический словарь. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 512с.

²⁶ Аванесова Г.А. Сервисная деятельность. / Г.А. Аванесова. - М.: Аспект Пресс, 2014. – 184с.

- необходимые условия для эффективной деятельности производственного процесса, а также рост уровня жизни населения;
- повышение положительного эффекта, применяемого в процессе производства;
- основное направление на продукт, а также удовлетворение потребностей человека.

Сервисная экономика развивается на основе таких принципах, как:

1-ый принцип – единство социориентированной экономики, где главный фактор, это человеческий капитал;

2-ой принцип - интеграция ее элементов экономики. Согласно этому принципу, все субъекты социально-экономической политики - законодательные и исполнительные органы власти должны создавать оптимальные экономические условия для функционирования предприятий, домохозяйств на макро- и микроуровнях экономики. Потому регулирование основных экономических параметров осуществляется по уровням и учитывая приоритеты разных сфер и отраслей. Однако необходим мониторинг, для определения отношений и выявления особенностей экономических и соцсубъектов;

3-ий принцип - системный анализ, для определения имеющихся ресурсов и выявление факторов социально-экономического роста. Однако следует отметить, что инновационная технология не в состоянии обеспечить экономический рост, потому что человеку необходимо обладать высокими знаниями и профессиональными навыками.

4-ый принцип - развитие социального партнерства, как фактор социально-экономического роста, которое результативно повлияет на взаимодействие между бизнесом, государством и субъектами, где важную роль играет взаимодействие государства и бизнес-структуры.

Исходя из вышперечисленных принципов, сервисная экономика выполняет следующие функции: мониторинг клиентов и определение ее

обратной связи; рост качества оказываемых услуг для удовлетворения потребностей клиентов; конкурентное преимуществ на рынке услуг; гибкость управления, по предоставлению клиенту сервисного продукта для удовлетворения его потребности; стратегическое планирование.

Необходимо отметить, для обеспечения роста уровня жизни населения и его благосостояния, увеличение ВВП, особое место занимает сфера услуг и ее секторов в системе рыночной экономики Таджикистана.

Исходя из этого, нами изучена структура ВВП в Республике Таджикистан за 2015-2020 годы (табл. 1.3).

Таблица 1.3.

Структура ВВП в Республике Таджикистан за 2015-2020 гг.*
(в процентах)

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ВВП, в том числе	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Производство товаров	51,8	53,1	52,1	54,2	53,8	47,5
Производство услуг	37,7	36,6	38,1	36,0	36,5	43,4
Чистые (за вычетом субсидии) налоги на продукты	10,5	10,3	9,8	9,8	9,7	9,1

*Источники: Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический сборник. - Душанбе: АСПРТ, 2021. - С.341.

Данные таблицы показали, что в 2015 году удельный вес отраслей, производящих услуги составили 37,7%, а в 2020 году - 43,4%, т.е. увеличилось на 5,7 процентных пункта, а производство товаров уменьшилось на 4,3 процентных пункта.

Проводя сравнительный анализ дана оценка структуры ВВП в развитых странах с Республикой Таджикистан. Установлено, что в стране наблюдается отставание в развитии сферы услуг. Однако в республике наблюдается ежегодный рост развития сферы услуг за счет:

- увеличения платных услуг, предоставляемых населению, а также инновационных и сервисных услуг;

- повышения конкурентоспособности предприятий на рынке услуг;
- создания условий по размещению предприятий на основе обеспечения шаговой доступности в оказываемых услугах.

В условиях инновационного развития сфера услуг большую роль занимает малое предпринимательство.

В процессе трансформации экономики в секторе услуг появляются некоторые вопросы, из-за того, что в республике, особенно в сельской местности минимальный уровень потребления услуг населением, а также их покупательская способность.

В Таджикистане уровень бедности населения в 2020 году составлял 26,3%²⁷, а в 2015 году – 31,3%²⁸, а удельный вес расходов семей в услугах в 2020 году²⁹ составил 10,8%, а в 2015 году – 13,5%. Данные за анализируемый период показали, что в Таджикистане произошло снижение уровня бедности населения на 5,00%, а удельный вес расходов семей в услугах на 2,7%.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что некоторые люди не могут себе позволить воспользоваться услугами, а это влияет на тенденцию развития сферы услуг. Это говорит о том, что существующие барьеры практики ведомственных организаций и управлений, препятствуют развитию сферы услуг. Для этого, местным органам государственной власти и самоуправления целеустремленно направить на проведения маркетинговых исследований и выполнения прогнозных расчетов.

Также замедляет развитию сферы услуг, это налоговая система Таджикистан, которая не всегда позволяет использовать возможности, которые могут оказать спонсоры. Для этого необходимо корректировка в налоговом законодательстве республики, это стимулирования вложения инвестиций и капвложений в сферу услуг, кроме того, в секторе услуг

²⁷ <https://tj.sputniknews.ru/20210803/uroven-bednost-tajikistan-1041374016.html>

²⁸ <https://tj.sputniknews.ru/20210803/uroven-bednost-tajikistan-1041374016.html>

²⁹Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический сборник. - Душанбе: АСПРТ, 2021. - С.195-197

требуются высококвалифицированные менеджера и современные руководители, обладающие управленческим кругозором.

Важную роль в современных условиях играет заработная плата работников разных отраслей сферы услуг. Анализ показал, что заработная плата в 2020 году составляла: финансовое посредничество и страхование - 2182,5 сомони; здравоохранение и социальные услуги - 977,22 сомони; искусство, развлечение и отдых - 1158,55 сомони; образование - 1117,60 сомони ³⁰. Но для рыночных отношений необходимо, чтобы во всех секторах экономики была сбалансированная заработная плата.

За анализируемый период возросли тарифы на услуги, а также стали увеличиваться доходы населения, которые повлияли на объем предоставляемых услуг. Исходя из этого, нами выявлены тенденции изменения индекса потребительских цен в Республике Таджикистан за 2015-2020 годы (в процентах к предыдущему году) (табл.1.4).

Таблица 1.4.

Тенденции изменения индекса потребительских цен в Республике Таджикистан за 2015-2020 годы (в процентах к предыдущему году) *

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Индекс потребительских цен, в том числе:	105,8	105,9	107,3	103,8	107,9	108,6
Продовольственные товары (102,6	104,2	109,1	102,4	111,4	112,5
Непродовольственные товары	104,8	108,2	104,3	105,2	105,1	105,0
Платные услуги	103,0	104,9	106,0	105,9	102,6	104,7

*Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический сборник. - Душанбе: АСПРТ, 2021. - С.229.

³⁰Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический сборник. - Душанбе: АСПРТ, 2021. - С.211

В 2020 году по сравнению с 2015 годом, индекс потребительских цен возрос на 2,8 процентных пункта, в том числе: продовольственные товары, платные услуги и не продовольственные товары соответственно возросли на 9,9; 1,7; 0,2 процентных пункта.

Ежегодно происходит рост экономического потенциала за счет инновационного развития, а также ИКТ, которые позволили значительно разработать и внедрить новейшие виды услуг. Однако для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке услуг, необходимо развивать инфраструктуру, оснащенную по требованию международного стандарта, а также приоритетом считается эффективное распределение прибыли и доходов, финансово-кредитного обслуживания, совершенствование налоговых взаимоотношений с госбюджетом.

Следует отметить, что основными причинами неразвитости сферы услуг в республике до реформированный период явились следующие:

- государственная монополия во многих отраслях сферы услуг, как страхование и банковское дело;
- отсутствие рыночных механизмов между производителями и потребителями услуг и крайне низкий уровень конкуренции на рынке услуг;
- ограничение на предоставление ряда услуг (операции с недвижимостью, ценными бумагами и т.д.).

Мы считаем, что в нынешних условиях Таджикистана стратегическая задача сферы услуг, это стабильность рынка услуг на основе удовлетворения потребностей и роста уровня качества оказываемых услуг потребителям.

Таким образом, для перспективного развития сферы услуг необходимо нижеследующее:

- модифицировать систему оказания платных услуг, для совершенствования структуры потребительных расходов за счет роста удельного веса платных услуг;

- ускорить темп роста объема товарооборота и развития данной сферы для удовлетворения спроса экономики и общества;
- развивать и модернизировать индустрию услуг отдыха, что позволит повысить объем санаторно-курортных услуг;
- диверсификация структуры оказываемых инновационных услуг, увеличения спроса информации, для эффективного принятия решений и минимизации предпринимательского риска, произойдет рост удельного веса информационно-консультационных услуг;
- появление спроса на инновационные услуги, для того чтобы освободить работников из базовых отраслей экономики, где появятся новые рабочие места в сегментах сферы услуг.

Следовательно, формирование и развитие сферы услуг помогает решить вопросы занятости населения, минимизировать уровень безработицы, а также социально-экономические проблемы нашей экономики. Важным значением развития предпринимательской деятельности в сфере услуг, является формирование благоприятной среды для привлечения денежных средств населения, а также роста уровня ее благосостояния в Таджикистане.

Для этапного развития сферы услуг и ее сегментов необходимы инвестиционные и капитальные средства, которые только смогут вложить государство. Для решения этого вопроса необходимо усовершенствовать механизм инфраструктурного обеспечения развития государственного и частного сегментов сферы услуг, которые могут быть их спонсорами.

На сегодняшний день социальная и производственная инфраструктура, а также сфера услуг нуждаются в трансформации материально-технической базы, системы организации, управления, производства и оказания услуг. Необходимо трансформировать оказания услуг во многих отраслях и сферах, а также расширить объемы и инновационные виды предоставляемых ими услуг. Но для этого необходимо создать новейшие производственные отрасли

и социальной инфраструктуры по оказанию услуг, такие как консультирование, лизинг, маркетинговые услуги, инжиниринг и др.

Разработка стратегии развития сферы услуг требует учесть нижеследующие направления:

- уточнить место и роль в структуре народного хозяйства;
- изучить природу услуг, а также найти пути решения выявленных проблем в процессе предоставления потребителям услуг;
- оценить конкурентоспособность услуг;
- изучить инновационные технологии, влияющие на них;
- разработать и внедрять системы государственной поддержки сферы услуг.

Реализация вышеперечисленных направлений сферы услуг позволять инновационным видам в данной сфере, ускорить процесс создания результативных рыночных отношений.

Таким образом, формирование и развитие сферы услуг способствует решению вопросов занятости населения, минимизации уровня безработицы, а также решению социально-экономических проблем экономики. Важным значением развития предпринимательской деятельности в сфере услуг, является формирование благоприятной среды для привлечения денежных средств населения, а также роста уровня ее благосостояния в Таджикистане.

Теперь переходим к исследованию места, роли и социально-экономического значения малого предпринимательства в сфере услуг в условиях рыночных отношений.

1.2. Роль и социально-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг

В нынешних условиях рыночной экономики изучение существующих проблем экономики, организации и управления сферы услуг, а также ее функционирования и развития является многоаспектной. Оценка объективных факторов, влияющих на формирование и развитие субъектов рынка, показало, что значительно возросла роль сферы услуг и ее сегментов.

Следовательно, для роста экономики, обеспечения занятости населения и повышения их уровня жизни важную роль играет развитие различных видов и форм предпринимательства.

Поэтому в исследовании теоретико-методических аспектах формирования рыночной среды, важно изучить сущность, роли, места и влияния малого предпринимательства как одного из сегментов сферы услуг в формировании и развитии рыночных отношений, которое обуславливается от уровня и степени развития малого предпринимательства.

Изучив работу зарубежных ученых Кэмпбелл Р. Макконнелла и Стэнли Л. Брю, выявлено что трактовку «...предпринимательство они рассматривают по четырем направлениям предпринимателя:

Во-первых, предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов в единый процесс производства товара или услуг, а также является движущей силой производства и посредником, объединяющий ресурсы для осуществления процесса и оказаться прибыльным делом;

Во-вторых, предприниматель берет на себя сложную задачу по принятию главных решений в процессе ведения бизнеса;

В-третьих, предприниматель является новатором, лицом, старающееся на коммерческой основе включать новые продукты, новейшие производственные технологии и формы организации бизнеса;

В-четвертых, предприниматель, это человек, который всегда рискует»³¹.

Кроме того, на основе изучения различных источников нами выделена эволюция понятия предприниматель и предпринимательство (табл. 1.5.).

Таблица 1.5.

Эволюция понятий «предприниматель» и «предпринимательство» в работах зарубежных исследователей

Дата	Авторы	Характеристика
<i>Предприниматель</i>		
Средние века	-	Это человек, отвечающий за выполнение крупномасштабных строительных или производственных работ
XVII в.	-	Это лицо, заключившее с государством контракт оговоренной стоимости и несущее полную ответственность за его выполнение
1723 г.	Всеобщий словарь коммерции, г. Париж	Это человек, берущий на себя обязательство по производству или строительству объекта
1725 г.	Р. Кантильон-основоположник теории предпринимательства	Это человек, принимающий решения и удовлетворяющий свои потребности в условиях неопределенности. Доход предпринимателя-это плата за риск.
1770 г.	А. Тюрго	Он должен обладать не только определенной информацией, но и капиталом
1776 г.	А. Смит	Это собственник предприятий и реализатор рискованных коммерческих идей.
1797 г.	Карно Бодо	Это лицо, несущее ответственность за предпринимательское дело: тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предпринимательством.
1830 г.	Жан Батист Сей	Это человек, организовывающий людей в рамках производственной единицы.
1876.	Френсис Уокер	Это тот, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям.
1890 г.	Альфред Маршалл	Не каждый желающий может быть предпринимателем. «Естественный» отбор предпринимателей совершается в природе согласно естественному отбору, открытому Ч. Дарвину.
1913 г.	И. фон Тюнен	Это обладатель особых качеств, умеющий рисковать, принимать нестандартные решения и отвечать за свои действия и потому претендующий на незапланированный (непредсказуемый) доход. Предприниматель должен получать доход как за риск, так и за предпринимательское искусство.

³¹ Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. Т. 1. – М.: Издательство Туран», 1996. – С. 38;

Продолжение таблицы 1.5.

1936 г.	Джон Мейнард Кейнс	Это своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное «...не столько рациональная калькуляция Вебера или новаторства Шумпетера, сколько набор определенных психологических качеств».
1964 г.	Питер Друкер	Это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой
1970 г.	Ф. фон Хайек	Это, движущая сила поиска новых возможностей и исследование новых экономических возможностей.
1975 г.	Альберт Шапиро	Это человек, проявляющий инициативу, организовывающий социально-экономические механизмы, действуя в условиях риска, и несущий полную ответственность за возможную неудачу.
1985 г.	Роберт Хизрич	Это человек, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым.
1993 г.	Т. Ю.Горькова	Это центральная фигура в бизнесе, он ставит своей задачей соединение всех факторов производства в единый хозяйственный процесс.
1997 г.	А. Н. Асаул	Это особый вид хозяйственной деятельности, суть которой заключается в стимулировании и удовлетворении спроса общества на конкретные потребности его членов посредством рыночного обмена, направленной на завоевание конкурентных преимуществ через нарушение рыночного равновесия.
1997 г.	А. В. Бусыгин	Это особый вид экономической активности (целесообразной деятельности, направленной на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее
2000 г.	М. П. Войнаренко	Это новатор, превращающий идею в экономически обоснованную и необходимую себе и обществу реальность.
2006 г.	Ф.Ф. Хамидуллина	Это самостоятельный сектор экономики, обладающий значительным инновационным потенциалом, производящий товары, работы и услуги, основанный на использовании индивидуального труда, частной и личной собственности, ограниченного количества ресурсов.

Продолжение таблицы 1.5.

<i>Предпринимательство</i>		
1830 г.	Жан Батист Сей	Предпринимательство - это рациональная комбинация факторов производства в данной точке рыночного пространства. Предприниматель- человек, организовывающий людей в рамках производственной единицы.
1910 г.	Макс Вебер	Предпринимательская деятельность - это воплощения рациональности. (Под рациональностью он понимал функциональную эффективность, получение максимальной выгоды от использования вложенных средств и приложенных усилий и т.п.)
1911 г.	Иозеф Шумпетер	Главное в предпринимательстве - инновационная деятельность, а право собственности на предприятие не является существенным признаком предпринимательства.
1936 г.	Джон Мейнард Кейнс	Основы мотивы предпринимательской деятельности- стремление к лучшему, к независимости, желание оставить наследникам состояние.
1985 г.	Роберт Хизрич	Предпринимательство-процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью.
1992 г.	А. А. Крупанин	Предпринимательство-инициативная деятельность граждан, заключающаяся в выработке продукции и услуг, направленная на получение прибыли и осуществляемая в рамках действующего законодательства и этических норм современного общества

Источник: составлено автором на основе использованной литературы

Различные вопросы анализа форм, видов и стратегий развития малого предпринимательства в условиях функционирования рыночной экономики нашли отражение в работах отечественных ученых-экономистов – Х.Н. Факерова, С.Х. Хабибова, Р.К. Раджабова, И.А. Аминова, С.Дж. Комилова, Н.К. Каюмова, Л.Х.Саидмуродова, М.Ш. Рахимова, Т.Д.Низомовой, А.Рауфи, А.Б. Мирсаидова, Н.Ф. Нидоева, М. Джамшедова, Ф.А. Кодирова, К.К. Толибова и др.

Отечественные ученые Комилов С.Дж. и Забиров Н.Х. определили свое понятие о том, что «...предпринимательство – это организация собственной экономической деятельности, которая направлена на получение прибыли, характеризующая предпринимательской способностью, определяющаяся как один из экономических ресурсов, которые влияют на темп экономического роста, инновационной и инвестиционной активности»³².

По мнению профессора Хабибова С. «Предприниматель должен обладать необходимыми качествами для организации бизнеса – умением рисковать, организовывать новые виды деятельности, брать на себя ответственность, вводить новшества и жертвовать. Производство и продажа товаров, оказание услуг основано на изучении потребностей потребителей на внутреннем и внешнем рынках, а также предприниматель постоянно стремится к увеличению прибыли как главному стимулу для экономического развития и финансовой, и экономической активности»³³

Сохибназаров Г.Х. отмечает, что предпринимательство является «...специфическим видом экономической деятельности, где основным субъектом предпринимательской деятельности является предприниматель», а «...предприниматель, является активным субъектом хозяйственной деятельности, который обладает особыми новаторскими способностями, по внедрению инновации в производство, умение рисковать и прогнозировать результаты принятых решений»³⁴.

Аминов Х.И. дал понятие, что «...предпринимательство – это ответственная, инициативная, новаторская, рискованная, законная деятельность физических лиц, предприятий, организаций и объединений по организации производства, логистики и обмена материальных благ, услуг и

³² Комилов С. Д. Предпринимательство: вопросы развития и государственного регулирования / С. Д. Комилов, Н. Х. Забиров. – Душанбе, 2004.– С. 5.

³³ Хабибов С. Малое предпринимательство (вопросы становления, кредитно-финансовой поддержки и развития). – Душанбе: Ирфон, 2006. – С. 11.

³⁴ Сохибназаров Г.Х. Обеспечение эффективного развития предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан: дисс. ... канд. экон. наук. [Таджикский национальный университет]. – Душанбе, 2019. – С. 22.

идей на основе результативного вовлечения в процесс общественного воспроизводства собственных и привлеченных денежных, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсов с целью получения экономической выгоды и рационального ее использования для оплаты налогов государству, расширения основной деятельности, улучшения качества жизни своей семьи, работников и общества в целом и решения благотворительных задач»³⁵.

В Законе Республики Таджикистан «...О государственной защите и поддержке предпринимательства (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020 г, №1684)» от 26 июля 2014 года № 1107, в ст.1 отмечено, что «...предпринимательство – это самостоятельная деятельность, основанная на риске, осуществляемая лицами, прошедшими государственную регистрацию в порядке, установленном законодательством Республики Таджикистан, направленная на получение прибыли от использования имущества, производства, реализации товара»³⁶.

Следует отметить, что в общей предпринимательской среде особое место занимает малое предпринимательство. Изучение мирового хозяйственного опыта показывают, что развитие малого предпринимательства, вследствие своей способности к адаптации к изменяющимся внешним условиям, становится важной составляющей для обеспечения опережающего экономического роста страны, удовлетворения населения востребованным товарам и услугам, преодоления безработицы, снижения уровня бедности и достижения соответствующего уровня жизни населения. Это, в конечном итоге, является целью социально экономической политики государства³⁷.

³⁵ Аминов Х.И. Закономерности и тенденции развития предпринимательства в Республике Таджикистан / Х.И. Аминов. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 16-17.

³⁶ Закон Республики Таджикистан от 26 июля 2014 года № 1107 «О государственной защите и поддержке предпринимательства» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020 г, №1684), ст.1.

³⁷ Хабибов С.Х., Эшов Д.К. Малое предприятие/ С.Х Хабибов., Д.К Эшов. - Душанбе: ИРФОН-2006.- бс.

Исходя из направления деятельности и существующих возможностей, можно определить предпринимательство как деятельность, которая должна проявлять активность, инициативу, самостоятельность, иметь инновационную направленность. Предпринимательская деятельность в современных условиях осуществляется в условиях высокого риска и имеет своей конечной целью – получение прибыли, как главного финансового результата хозяйственной деятельности.

Значимость малого предпринимательства подчеркивает опыт западных стран, где в общей структуре производства большое место отводят малым предприятиям, численность которых имеет тенденцию к росту. Для того, чтобы определить параметры, по которым определяется малое предпринимательство, в мировой хозяйственной практике используют такие основные критерии, как кадровый состав (среднее количество работников, занятых на предприятии), существующие активы предприятия и ежегодный оборот.

Так, для определения принадлежности к категории малых фирм Комиссия европейских сообществ (КЕС) использует следующие параметры³⁸:

- численность занятых до 100 человек;
- размер средств предприятия не более 7,5 млн. евро.

В данной классификации к микропредприятиям КЕС относятся предприятия с численностью занятых до 9 человек и к мелким - от 10 до 99 человек занятых. Следует отметить, что данная классификация может варьироваться в достаточно широких пределах. Для Англии вводится категория мельчайших фирм, где заняты от одного до двадцати трех человек. Далее идут по классификации мелкие фирмы, где работают от 24 до 99 человек.

³⁸ Leonardi, R., Nanetti, R. eds The Regions and European Integration: The Case of Emilia-Romagna, Pinter, London. 1990

При этом, эта классификация также зависит и от соответствующей отрасли. Например, в обрабатывающей промышленности к малым предприятиям относятся при численности занятых меньше 200 человек. В промышленности Франции к малым предприятиям относятся фирмы, где работают менее 500 человек и при этом, если оборот в течение года не превышает 20 млн. евро. Также в этой стране эта классификация зависит от соответствующей отрасли, действующего предприятия.

Предприятие, действующее в сельском хозяйстве и пищевой промышленности, с численностью занятых свыше 200 человек, то это крупные фирмы, а малые предприятия, это (до 500 чел.) производящие оборудование.

В экономике США принята следующая классификация³⁹:

- наименьшие предприятия, где число работников от 1 до 24 человек;
- промежуточные предприятия, где число работников от 100 до 499 человек;
- крупные предприятия - с численностью от 500 до 999;
- крупнейшие предприятия - с численностью свыше 1000 человек.

В отдельных случаях к критерию классификации принимается объем годового оборота предприятия.

Примерно такая же классификация принята в Японии, где критерием является величина уставного капитала и численность работников. При этом, в малых и средних предприятиях в строительном деле, добывающей и обрабатывающей промышленности количество работников не должно быть 300 человек, в оптовой торговле не превышать 100 человек, в розничной торговле и индустрии услуг не превышать - 50 человек.

Такой же подход разработан в России, на основе Федерального Закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской

³⁹ Lazerson, M. Organizational growth of small firms: An outcome of markets and hierarchies? // American Sociological Review, 1998 № 53, p. 3.

Федерации» от 14 июня, 1995 года №88-ФЗ, к субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации, где в уставном капитале необходимо предусмотреть долю участия субъектов Российской Федерации до двадцати процентов, а по поводу численности работников установлены нижеследующие предельные размеры в отраслях ⁴⁰:

- промышленность, строительство и транспорт по сто сотрудников;
- сельское хозяйства, шестьдесят сотрудников;
- научно-техническая сфера, шестьдесят сотрудников;
- оптовая торговля, пятьдесят сотрудников;
- розничная торговля и бытовое обслуживание населения, тридцать сотрудников;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности, не более пятьдесят сотрудников.

В Республике Таджикистан на основе закона «...О государственной защите и поддержке предпринимательства (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020 г, №1684)» от 26 июля 2014 года № 1107⁴¹, в ст.5 отмечено, что: «...к субъектам малого предпринимательства относятся индивидуальные предприниматели и юридические лица, если валовый доход в год будет составлять до одного миллиона сомони»⁴².

При этом к субъектам малого предпринимательства не могут быть отнесены «...индивидуальные предприниматели и юридические лица, которые осуществляют следующую деятельность: производство подакцизных товаров; поставка алюминия первичного; банковская и страховая деятельность; деятельность, связанная с управлением инвестиционными фондами; профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг»⁴³.

⁴⁰Яковлев Г.А. Организация предпринимательской деятельности/ Г.А Яковлев 2-е изд.- М.: «ИНФРА-М», 2010.- 313с.

⁴¹Закон Республики Таджикистан от 26 июля 2014 года № 1107 «О государственной защите и поддержке предпринимательства» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020 г, №1684)

⁴² Там же.

⁴³ Там же

К субъектам среднего предпринимательства необходимо юридическим лицам иметь в год валовый доход, от одного миллиона до двадцати пяти миллионов сомони, а к субъектам крупного предпринимательства необходимо юридическим лицам иметь в год валовый доход более двадцати пяти миллионов сомони⁴⁴.

Правительство Республики Таджикистан постановил о создании нового вида предпринимательской деятельности, который содержит признаки предпринимательства на основе патента и свидетельства, который называется «Предпринимательская деятельность на основании свидетельства с особыми условиями», от 31 марта 2022 года.

Отличительные особенности нового вида предпринимательства состоят в следующем: право найма до двух работников; валовой доход 500 000 сомони в течение 12 последующих месяцев деятельности; освобождение от использования контрольно-кассового аппарата»⁴⁵.

На сегодняшний день в Таджикистане значительную роль уделяют функционированию и развитию малого предпринимательства, обеспечивающие сегменты рынка потребительской сферы и усиливают конкуренцию.

В Гражданском кодексе Республики Таджикистан от 30 июня 1999 года (Часть первая) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020г.), были установлены основные формы малой предпринимательской деятельности⁴⁶ (табл.1.6.).

⁴⁴ Закон Республики Таджикистан от 26 июля 2014 года № 1107 «О государственной защите и поддержке предпринимательства№» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020 г, №1684).

⁴⁵ <https://centrasia.org/newsA.php?st=1651095180>.

⁴⁶ Гражданский кодекс Республики Таджикистан от 30 июня 1999 года (Часть первая) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020г.).

Таблица 1.6. Основные формы малой предпринимательской деятельности⁴⁷

Форма	Содержание	Вид	Признаки
Индивидуальный предприниматель (ИП)	Занятие физическим лицом индивидуальной предпринимательской деятельностью на основе прохождения государственной регистрации.		Наличие ответственности перед кредиторами. Гарантия - свое имущество
Хозяйственные товарищества и общества	Это коммерческие организации, у которых разделены доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Возможные формы создания - ОАО и ООО.	Полное	Совершение сделки не может быть без согласия всех участников в своих интересах или в интересах третьих лиц.
		На вере	Управление деятельностью осуществляется на вере. Право участвовать в управлении и ведении дел товарищества на вере, только по доверенности.
Акционерное общества (АО)	.АО – это общество, где уставный фонд поделен на пакеты акций. Члены АО (акционеры) отвечают за возможные убытки, связанных с функционированием АО,	Публичное	В АО существует возможность отчуждения принадлежащих членам акции без согласия других членов АО
		.Непубличное	В условия ЗАО признаются те акции, которые имеют только его учредителей или другого определенного контингента
Обществе с ограниченной ответственностью (ООО)	Обществе с ограниченной ответственностью это учрежденное одним или несколькими лицами. При этом уставный капитал поделен на доли, которые определены уставными документами. Лимит - число членов ООО не должно превышать 30. Иначе оно преобразовывается в АО.		Высший орган ООО - общее собрание его участников. При этом возможный единоличный орган управления ООО может быть избран не из его участников.
Общество с дополнительной ответственностью	Учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных размеров; участники общества солидарно несут ответственность по его обязательствам имуществом в одинаковом размере к стоимости внесенных ими вкладов		Фирменное наименование обществ с дополнительной ответственностью должно содержать наименование общества, а также слова "с дополнительной ответственностью".
Кооператив	Основание - добровольное объединение граждан для проведения хозяйственной деятельности, при их личном трудовом участии. Объединение имущественных паевых взносов.		Ограничение на число членов кооператива не менее пяти. Обязательство членов в объемах и порядке, предусмотренных законом. Название кооператива должно содержать слова "производственный кооператив" или "артель".
Дехканское хозяйства	Цель объединения - ведение сельскохозяйственной деятельности		Глава хозяйства - фермер. Кооператив основан на добровольном объединении работников.
Унитарное предприятие	Коммерческая организация, которая не имеет права собственности на закрепленное за ней имущество		Руководитель унитарного государственного предприятия назначается собственником либо его органом и им подотчетен.

⁴⁷Гражданский кодекс Республики Таджикистан от 30 июня 1999 года (Часть первая) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2020г.)

Изучая экономическую литературу⁴⁸, было выявлено, что многие зарубежные и отечественные ученые термин «предпринимательство» заменяют понятием «бизнес», потому что эти понятия сконцентрированы на получение прибыли в условиях повышенного риска.

Основное назначение крупного бизнеса состоит в основном определении экономического и технического потенциала государства. В своих интересах он вовлекается в интеграционные процессы, которые с одной стороны направлены на поглощение или контроль мелких партнеров, а с другой - тенденция объединения в международные альянсы, причем возможно частичная потеря своей независимости и попадания под воздействие более мощных компаний.

Таким образом, крупные компании являются средством экспансии предпринимательских структур, представляющих международный капитал на внутреннем рынке государства, исходя из ситуации на международном рынке. Это предопределяет возможность интернационализации интересов крупного бизнеса, нарушая национальные интересы. Малое предпринимательство (МП), это многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономическое развитие страны. По своему уровню жизни и социальному положению они

⁴⁸ Экономическая теория. Введение в экономику. Микроэкономика / Б. И. Герасимов, Н. С. Косов, В. В. Дробышева и др.; под общ. ред. д.э.н., проф. Б. И. Герасимова и д-ра экон. наук, проф. Н. С. Косова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 232 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tstu.ru/book/elib/pdf/2009/gerasimov_kosov_h.pdf (дата обращения: 14.01.2019).
Файзуллоев М. К., Комилов С. Дж. Проблемы становления и развития инновационного предпринимательства в Республике Таджикистан. Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2017 – 192 с.; Факеров Х. Н. Потребительский рынок: состояние и перспективы. Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2019. – 290 с.; Шаропов Ф. Р. Сохибкори тичоратӣ ва стратегияи рушди он дар Тоҷикистон. – Душанбе: Ирфон, 2007. – 115 с.; Комилов С. Дж., Алиева Г. Ш. Предпринимательство и менеджмент развития инновационной деятельности. – Душанбе: Ирфон, 2008 – 220 с.; Низомова Т. Д. Состояние производственного предпринимательства в промышленности Республики Таджикистан. В кн.: Проблемы и перспективы производственного предпринимательства. – Душанбе: ТНУ, 2012. – С. 65-72; Аминов И. Продовольственный рынок: проблемы развития товарно-торгового бизнеса / И. Аминов – Душанбе: Ирфон, 2013. – 195 с.; Бойматов А., Кодиров А. Основы предпринимательства и маркетинга/ А. Бойматов, А. Кодиров. – Душанбе: Хоросан, 2002. – 89 с.

принадлежат к большинству населения, одновременно являясь производителями, так и потребителями широкого спектра товаров и услуг. Сектор МП является разветвленной сетью предприятий, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг, а также с технологической, производственной и управленческой гибкостью позволяет чутко и своевременно реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка.

Малое предпринимательство является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Хотя «лицо» любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие мощной экономической силы крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, подлинной основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования является МП как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в его секторе формируется и циркулируется основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Одна из причин успешного развития малого и среднего бизнеса в странах с развитой экономикой состоит в том, что крупное производство не противопоставляется мелкому. В развитых странах культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные объединения не подавляют малый бизнес, а взаимно дополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках.

В свою очередь, тенденции развития среднего бизнеса определяет состояние внутренней экономической конъюнктуры, чтобы принуждать участвовать в конкурентной борьбе как среди своей сферы деятельности, так и, с международными компаниями.

Приведенная ситуация заставляет среднее предпринимательство принимать меры по защите своих интересов внутреннем рынке страны, посредством разработки государственной экономической политики, направленной на поддержку национальных производителей. В частности, это проявляется посредством формирования соответствующих требований рынка, который позволяет создать взаимосвязь среднего предпринимательства с национальными интересами.

Роль и место малого бизнеса в условиях рыночной экономики должны определяться не только с позиций получения максимума прибыли, но и с точки зрения его вклада в решение социальных задач общества: повышение занятости, распространение минимума профессиональных и предпринимательских навыков, относительное выравнивание уровня денежных доходов населения и формирование среднего класса в обществе, пополнение рынка новыми товарами и услугами, существенное участие в формировании бюджетов всех уровней.

Однако, как показывает анализ ведущих стран, малое предпринимательство является фактором, который выявляет соответствующее социально-экономическую и политическую степень развития страны. Этот класс предпринимателей представляет собой массовый слой мелких производителей, которые проявляют себя с двух сторон: и как непосредственные производители, и как потребители, т.е. участники рынка произведенных товаров и услуг. Этот важный сектор экономики создает очень широкую сеть производственных предприятий, сфера действий которых направлена на удовлетворение национальных потребителей товаров и услуг и на насыщение внутреннего рынка. Гибко используя возможность быстрого перехода на новые технологические, производственные и управленческие технологии, исходя из малых размеров предприятий, они вовремя реагируют на существующую конъюнктуру рынка.

Успешное развитие экономики и общества в целом, как правило, во многом зависит от сектора малого предпринимательства, который образует необходимый и неотъемлемый элемент хозяйственной системы. Это связано с тем, что малое предпринимательство, в силу своей массовости, динамичности и умением незамедлительно реагировать на изменения конъюнктуры, несмотря на то, что существует мнение, по которому прогресс экономики определяют крупные корпорации, которые обладают мощными финансовыми ресурсами, и они способны достичь требуемого уровня научно-технического и производственного потенциала. Практика показывает, что в секторе малого предпринимательства создается и действует в основном совокупность национальных ресурсов, на основе которых функционирует и развивается средний и крупный бизнес.

Такие свойства малого предпринимательства по приспособлению и широкого охвата фактически всех секторов внутреннего рынка государства дают возможность для устойчивого развития экономики страны, и, следовательно, определяют стабильность общественного климата. Важным условием экономического развития является то обстоятельство, что представители малого предпринимательства являются собственниками и, в свою очередь, взаимозависимы общими интересами с крупным и средним капиталом.

Не менее важной стороной, которая подчеркивает активную позицию представителей малого предпринимательства является их одновременное положение как производителя, так и потребителя на внутреннем рынке, что предопределяет необходимость создания и поддержки всесторонних связей и контактов с потенциальными партнерами из всей совокупности социальных слоев населения. Этим подчеркивается общественная и государственная значимость представителей малого предпринимательства, которая основана на тесной зависимости от государственных интересов.

Формирование малой предпринимательской формы хозяйствования создает условия для цивилизованного развития свободы действий граждан и юридических лиц, активизирует их новаторскую и ответственную деятельность, эффективное использование экономических ресурсов, получения прибыли при многообразии форм собственности и развития рыночной конкуренции.

Проведенный анализ основ взаимовыгодного функционирования малого и среднего бизнеса в странах с развитой экономикой показывает, что основным фактором является отсутствие противоречий между крупным и мелким производством. Это достигается успешным внедрением принципа кооперирования предприятий, как крупных, так и малых. Эта кооперация особенно успешно работает в области разделения и специализации некоторых видов производств и в разработках инновационной направленности. Так, например, в США, в малых фирмах генерируются свыше 90% инновационных разработок⁴⁹.

Взаимовыгодность такой кооперации основана на том, что для крупных предприятий выгодно производства массовых серий стандартной продукции, в то время, когда для малых предприятий в силу их гибкости, мобильности, и возможности к моментальным структурным и техническим изменениям выгодно работать на сравнительно малых рыночных секторах.

На наш взгляд, особую роль малое предпринимательство играет в сфере услуг – одним из самых перспективных направлений бизнеса, многих хозяйствующих субъектов Республики Таджикистан. Значительное количество наших граждан и организаций отказываются от решения бытовых вопросов собственными силами, предпочитая пользоваться услугами квалифицированных специалистов.

⁴⁹ Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, pp. 12–40

В настоящее время решение вопросов экономического и социального функционирования малого предпринимательства в сфере услуг предусматривает создание комплексной системы развития такой важной стороны жизнедеятельности как социальные функции предприятий и мероприятия по устойчивому развитию системы государственной поддержки социальных инициатив малого бизнеса.

Реализация функций малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг создает экономические основы, которые стимулируют необходимые для эффективного развития предпринимательской деятельности, факторы развития человеческой личности, нормального функционирования общества и снижения уровня бедности населения.

Формирование и развитие малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг является и самым рискованным, так как имеет доступ только к достаточно скромным финансовым возможностям, что предопределяет необходимость разработки экономической политики государства регулирования и управлению развитием малых предприятий. Это, в свою очередь, послужит важным звеном в решении задачи регулирования социальной сферы. Разработка механизмов по регулированию и управлению развитием малых предприятий должно проводиться при взаимодействии с государственными органами социальной защиты населения.

В целом можно выделить нижеследующие социальные функции малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг (табл. 1.7.).

Как видно из таблицы 1.8. среди выделенных функций малых форм предпринимательской деятельности особое место отводится первым трем функциям:

1. Для минимизации социальной напряженности в условиях рыночных отношений, развитие малого предпринимательства в сфере услуг, является одним из разрешающих факторов, так как именно малое предпринимательство

является основополагающим источником формирования среднего класса в обществе.

Таблица 1.7.

Социальные функции малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг*

Цель	Результаты
Уменьшение уровня социальной напряженности в стране	Поддержка социальной стабильности в стране
Создание новых рабочих мест	Снижение уровня безработного населения
Вовлечение социально- незащищенных граждан в предпринимательскую деятельность	Пенсионеры, студенты, инвалиды, и другие
Стимулирование работников	Повышение производительности труда
Социальная гарантия	Противодействие тенденциям монополизации рынка
Социальные инвестиции	Реализация социальных программ
Расширение демократии в сфере социально-трудовых отношений	Повышение социального статуса предприятия

*Источник: Составлено автором

2. Малое предпринимательство в силу своей многочисленности и сравнительно ускоренного и с меньшей стоимостью создания рабочих мест является также одним из главных факторов решения второй по важности социальной функции современной экономики – преодоления бедности в стране.

3. Не менее важной функцией малых форм предпринимательской деятельности в сфере предоставления услуг на современном этапе развития общества состоит в вовлечении в процесс общественного производства таких видов трудовых ресурсов, которые не используются или мало используются другими категориями работодателей, как пенсионеры, студенты, учащиеся и инвалиды.

4. Другой социально значимой функцией малого предпринимательства в сфере услуг на данный момент является расширение возможностей активного слоя населения в выборе своего социального статуса – статус

предпринимателя или статус наемного работника в сфере социально-трудовых отношений и рынке труда.

5. Малое предпринимательство также является источником повышения социальной мотивации, вследствие того, что такие формы предпринимательской деятельности в сфере услуг наиболее близко подходят к понятию корпоративной социальной ответственности, так как в этой сфере большое значение имеет создаваемая деловая репутация. Его существование на данной территории зависит от того, производит ли он товары или услуги нужного качества.

6. Благодаря функционированию малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг расширяется предоставление социальных гарантий в решении такой сложной экономической проблемы, как недопущения возможных тенденций монополизации рынка крупными производителями, на основе формирования конкурентной среды. Кроме того, малое предпринимательство позволяет заполнить малоэффективные для крупного бизнеса экономические ниши.

7. Следующая социальная функция малого предпринимательства в сфере услуг состоит в обеспечении долгосрочных социальных инвестиций в экономику и развитие местного сообщества⁵⁰.

Исходя из приоритетов значимости и важности, главными направлениями таких видов инвестиций являются: профессиональное образование; здравоохранение; охрана окружающей среды; развитие инфраструктуры; человеческий ресурс; духовное и культурное возрождение общества.

Однако необходимо заметить, что для малой предпринимательской деятельности относительно к социальным функциям, первые три направления

⁵⁰ Афанасьев В. Малый бизнес: проблемы становления /В Афанасьев. – Российский экономический журнал, 1993, №3- 59 с.

вызывают затруднения, ввиду отсутствия необходимых финансовых инвестиций.

Малое предпринимательство, в том числе такая его важная составляющая как семейное предпринимательство в сфере услуг, согласно резолюции ООН и международной организацией труда (МОТ) признается как одно из стратегических направлений борьбы с бедностью. Это прозвучало и в докладе генерального директора международного бюро труда «Труд как средство борьбы с нищетой», который был сделан на 91-й сессии МОТ в 2003 году. Основной мотив доклада состоял в поддержке тенденции содействия предпринимательской деятельности как как важного фактора снижения уровня бедности в обществе путем развития малого семейного предпринимательства⁵¹.

Для решения проблемы преодоления бедности ставится задача предоставления малым и микро - предприятиям необходимых условий для трансформации политики выживания в политику развития. Для этого необходимо создать оптимальные условия для действующих малых предприятий, чтобы они смогли продолжить процесс своего развития вместо борьбы за выживание. Соответствующий потенциал малого предпринимательства мог бы стать основным фактором в стратегии снижения уровня бедности.

Это требует создания необходимых условий для развития малых предприятий в современном экономическом пространстве Таджикистана, что предопределяет важность внесения необходимых изменений и дополнений по стимулированию предпринимательства в действующее законодательство республики.

⁵¹ Труд как средство борьбы с нищетой. 91 сессия МОТ 2003.-С.85

В процессе реализации социальных функций малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг должны решаться следующие задачи социальной политики:

- снижение уровня безработицы посредством создания новых, рабочих мест с достойной оплатой труда;
- активное участие в проектах по развитию регионов, а также социальной направленности;
- проведение специальных акций в благотворительных, меценатских и спонсорских целях.

Мы считаем, что малому предпринимательству совместно с государственными органами управления действия по улучшению условий труда и повышению культуры производства необходимо начинать с оборудования рабочих мест, создания условий для перехода на современные инновационные технологии, для автоматизации производства. Для этого важно усилить ответственность руководителей, чтобы они создали все необходимые условия для работников⁵².

Свободное время является богатством работающих. наполненное содержательной деятельностью, оно укрепляет здоровье человека, развивает его интеллект, тем самым увеличивает производительную силу его труда. Диалектику единства рабочего и свободного времени К. Маркс охарактеризовал следующими словами: «сбережение рабочего времени равносильно увеличению свободного времени, т. е. времени для того полного развития индивида, которое само, в свою очередь, как величайшая производительная сила обратно воздействует на производительную силу труда»⁵³.

⁵² Замедлина А.Е. Предпринимательство. / А.Е Замедлина. - Ростов н/Д.: Феникс, 2007. -223 с.

⁵³ К. Маркс. Соч, изд 2, т, 46, ч. 2, С. 221

Организация экскурсий, коллективных походов в кино, обеспечение спортивным инвентарем спортивных учреждений, организация вечеров отдыха, литературных и музыкальных вечеров, улучшение работы клубов и библиотек - все это должно быть под неослабным вниманием руководителя предприятия или объединения. Свободное время должно быть заполнено у работающих таким содержанием, которое отвечало бы интересам личности и интересам предприятия (объединения). Необходимо ценить не только рабочее, но и свободное время.

К. Маркс отмечал: «как для отдельного индивида, так и для общества всесторонность его развития, его потребления и его деятельности зависит от сбережения времени. Всякая экономия, в конечном счете сводится к экономии времени»⁵⁴.

Сплачивая и воспитывая коллектив, руководитель растет вместе с коллективом, развивает свои знания и способности, укрепляет связи с ним, что, естественно, побуждает членов коллектива еще лучше трудиться, укрепляет у них чувство гордости за принадлежность к коллективу, повышает авторитет его руководителя.

Малое предпринимательство стремится к максимальной эффективности, которая позволяет производить и продавать качественную продукцию. Однако их деятельность имеет также ярко выраженную социальную составляющую. Социальная ответственность бизнеса в экономике – это должное качество товаров и услуг, высокий уровень безопасности производства, нормальные условия работы персонала и т.д.

До сих пор в зарубежной управленческой теории еще нет классического определения социальной ответственности бизнеса. Смысл данной концепции во многих случаях воспринимается очень субъективно, однако можно выделить ее основные характеристики. В отличие от юридической, социальная

⁵⁴ К. Маркс и Ф.Энгельс. Соч., 2 изд., т. 46, ч. 1, С. 117

ответственность не предполагает жестких норм. это добровольная обязанность предпринимателей проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества. Иными словами, это своеобразный общественный договор между предпринимателями, населением и государством, основной целью которого является способствовать благу всего общества.

На наш взгляд, за последние годы усилиями Правительства Республики Таджикистан созданы благоприятные условия для развития и поддержки субъектов малого предпринимательства в нашей республике и в то же время предприниматели вносят огромный вклад в развитие общества.

Как отметил Основатель мира и национального единства-Лидер нации, Президент Республики Таджикистан, уважаемый Эмомали Рахмон в своем Послании «Об основных направлениях внутренней и внешней политики республики» Маджлиси Оли республики от 23 декабря 2022 года «Достойно отметить, что предприниматели страны в свою очередь вносят заметный вклад в процесс ускоренной индустриализации страны, создание производственных предприятий, социальных объектов и образования новых рабочих мест, и я уверен, что такие созидательные инициативы со стороны патриотически настроенных предпринимателей получат большее расширение»⁵⁵.

В целом мы считаем, что в условиях рыночных отношениях в Республике Таджикистан необходимо уделить значительное внимание развитию малого предпринимательства, которые позволяют создать новые рабочие места, влияют на рост валового внутреннего продукта, повысят уровень жизни населения, а также способствуют повышению результативности производства.

⁵⁵ <http://www.president.tj/ru/node/29824>

Таким образом, формирование малого предпринимательства создает условия для цивилизованного развития свободы действий граждан и юридических лиц, активизирует их новаторскую и ответственную деятельность, эффективное использование экономических ресурсов, получения прибыли при многообразии форм собственности и развития рыночной конкуренции.

В следующем разделе первой главы диссертации рассмотрим особенности и существующие проблемы в процессе развития малого предпринимательства в сфере услуг в нашей республике в современных условиях.

1.3. Особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях

На сегодняшний день учитывая всевозможные факторы и критерии, определяющие устойчивость развития экономики Таджикистана, появляется необходимость в новых теоретических построениях сущности, роли, места и значения сферы услуг для удовлетворения потребности национальной экономики и населения в услугах, особенно его сегмента малого предпринимательства.

На наш взгляд, выполнение малым предпринимательством своих задач во многом зависит от создания необходимых условий и предпосылок для его роста и развития. В связи с этим, немаловажное значение имеет исследование предпосылок и условий, а также среды функционирования малого предпринимательства в республике.

На наш взгляд, для развития малого предпринимательства необходимо создать ряд условий:

- во-первых, предприниматель должен осуществлять экономическую деятельность самостоятельно;

- во-вторых, предпринимательство основывается на владении средствами производства, свой продукт и самостоятельности в распределение дохода;

- в-третьих, должна быть соответствующая и развитая предпринимательская среда, которая обеспечивает свободу выбора хозяйственной деятельности и конкуренцию, а также многообразие форм хозяйственной деятельности и собственности.

Экономическая значимость малого предпринимательства проявляется по таким функциям, как:

Первая функция – формирует конкурентную среду;

Вторая функция – проявляет свое отношение на трансформацию конъюнктуры рынка;

Третья функция – содействует быстрой реализации инновационных идей, выпуска продукции, где является проводником научно-технический прогресс;

Четвертая функция – создание рабочих мест (решение проблемы занятости);

Пятая функция – снижает социальную напряженность рыночных отношений.

Субъекты малого предпринимательства используют свое положение аутсайдера для организации результативной деятельности в таких сферах, где нет финансового интереса для крупного бизнеса, но при этом необходимо обществу. Малое предпринимательство также связано к локальному рынку, где чувствуют спрос и стремительно реагируют на его модификацию. При этом они также осуществляют социально-психологическую функцию населению.

Спектр предоставляемых услуг очень широк. Большое количество видов услуг занимают положение между государственным и частным, рыночным секторами услуг и имеют различные параметры. Так имеются смешанные

услуги, которые обладают свойствами общественных благ и близки к общественному сектору услуг. Такие услуги называют социально значимыми, смешанными услугами, так как они направлены на удовлетворение интересов общества и общественного производства, чем на удовлетворение интересов отдельных личностей.

Изучив сферу услуг установлено, что это сложная система, которая обеспечивает постоянное обращение произведенных благ, включая их доставку, хранение и реализацию. Конечная цель - удовлетворение спроса потребителей. Рынок услуг создает благоприятные условия для ведения бизнеса вследствие большой оборачиваемости капитала и достаточно быстрого получения прибыли. Это дает возможность вовлекать большое количество малых предприятий в эту сферу деятельности, тем самым увеличивая занятость населения, переводя из числа безработных в число экономически активных лиц. Такая тенденция дает стимул для развития среднего класса, и снижения экономического и социального прессинга. Для проведения классификации условий, благодаря которым формируются предпринимательские структуры в сфере услуг, можно выделить следующие:

- уровень функционирования инновации;
- потенциал и инфраструктура;
- уровень спроса на существующие виды услуг;
- уровень рыночных цен;
- уровень льгот и дотаций;
- налоговая политика.

Также деятельность предпринимательских структур в сфере услуг зависит от существующих возможностей использования современных технологий, включая современный уровень развития науки, техники, которые определяют возможные условия реализации предпринимательской деятельности.

Особенности реализации макроэкономических функции малого предпринимательства в сфере услуг можно свести к следующим:

- активное влияние на экономический рост страны;
- влияние на формирование конкурентной среды;
- производство продукции до 18% ВВП и обеспечение до 30% рабочих мест;
- выполнение важных социальных функций по сглаживанию социально-экономические проблем, таких как безработицы и создание условий для реализации как наиболее активной части трудового населения.

При этом особенности функции малого предпринимательства в сфере услуг заключается в:

- проявление экономической независимости, инициативности, свободы действий, использования специфических форм материального поощрения работников, что предопределяет высокую эффективность использования имеющихся ресурсов, принятия и реализации оптимальных управленческих решений;
- способность быстрой адаптации к изменению внешних условий и обстоятельств рыночной конъюнктуры, на основе учета сложившихся потребностей потребителей в услугах и товарах;
- ориентация на производство товаров и услуг сравнительно небольшого потребительского спроса или требующих малого времени, чтобы довести услуги до потребителя;
- возможность для расширения производства и возможность для того, что выгодно реализовать свое дело, для перехода на другие перспективные направления.

В развитых странах предприятия сферы услуг являются наиболее распространенным типом фирм, производящим потребительские услуги. По общему количеству они превосходят крупные предприятия, оказывающие сервисные услуги.

Мы считаем, что на пути стабильного развития малого предпринимательства в республике имеется ряд проблем. Главной проблемой можно считать то, что в стране ежегодно более десятки тысяч малых предприятий и индивидуальных предпринимателей начинают функционировать, в то же время десятки тысяч из числа функционирующих ликвидируются.

Для дальнейшего развития малого предпринимательства в сфере услуг Республики Таджикистан необходимо выявить все факторы и причины, которые могут негативно отразиться на развитие этой важнейшей сферы экономики страны.

Одной из главных причин, относящихся к проблемам сферы услуг, являются вопросы, связанные с качеством и спросом на услуги в практике, где обычно выделяют ряд основных параметров, по которым потребитель может определить уровень качества предоставляемых услуг:

- надежность предоставляемых услуг. Этот параметр определяется срок и оплата заказанной услуги;
- отзывчивость, то есть стремление своевременно предоставить необходимую услугу;
- безопасность - наличие необходимой компетентности и вежливости персонала умение внушать уверенность в точном выполнении услуги;
- вежливость - уважительное отношение предупредительность и дружелюбие персонала при общении с клиентом;
- взаимопонимание - забота и внимание к каждому клиенту понимание клиентов и их потребности;
- очевидность, которая предусматривает наличие средств обслуживания, внешность персонала, оборудования.

Анализ развития сферы услуг показывает, что достаточно часто встречается нехватка предприятий, оказывающих необходимые услуги, особенно для сельской местности горного региона.

Мы считаем, что уровень развития малого предпринимательства в той или иной стране, в существенной степени зависит от влияния внешних факторов. Конечно, на его развитие сильное влияние оказывают общеэкономические факторы. В тех странах, где сильнее развита экономика, т. е. высок объем внутреннего ВВП, развита отраслевая структура экономики, развиты внешнеэкономические связи, больше инвестиций, низкий уровень инфляции), имеются больше возможностей для развития малого предпринимательства.

В целом, можно отметить, что проблемы деятельности предприятий в сфере услуг связаны с такими же затруднениями, что испытывает весь малый бизнес в стране:

- относительная высокая арендная плата за предоставляемое помещение;
- высокие ставки по кредитованию малого предпринимательства;
- отсутствие льготного налогообложения;
- высокая стоимость на услуги транспорта, электроэнергии, водоснабжения и прочих коммунальных услуг;
- нехватка инвестиционных ресурсов и т.д.

Если указанные причины относятся во внешние факторы, то к внутренним можно отнести следующее:

- слабая обеспеченность квалифицированными специалистами;
- текучесть кадров,
- нехватка ресурсной базы (материально-техническая и др.),
- неразвитость финансово-кредитного обеспечения;
- слабое техническое оснащение.

Реализацию мероприятий поддержки в Республике Таджикистан можно начать прежде всего с учета вышеуказанных преимуществ развития малого предпринимательство в сфере услуг:

- динамичность;
- малая капиталоемкость;
- быстрая оборачиваемость оборотных средств.

В перспективе вложения в малое предпринимательство в сфере услуг начинают приносить прибыль и соответственно налоговые поступления за более короткий период времени, чем вложения в производственные предприятия. Кроме того, несомненные социальные выгоды, проявляющиеся в создание новых рабочих мест и снижения уровня бедности населения, что позволит решить ряд социально-экономических проблем республики в целом и регионов в частности.

Выделяем нижеследующие параметры и свойства малого предпринимательства, которые можно отнести к положительным качествам, обеспечивающим его устойчивость на внутреннем рынке:

- действие на локальном рынке;
- своевременная реакция на колебание конъюнктуры локального рынка;
- прямая взаимосвязь с непосредственным потребителем;
- апробированная специализация на выбранном секторе рынка товаров и услуг;
- достаточно широкие возможности для становления своего малого предприятия, причем на основе небольшого начального капитала.

Однако необходимо отметить негативные стороны становления и развития малого предпринимательства, к которым относятся следующие факторы:

– зависимость от быстро меняющейся конъюнктуры рынка, возможных трансформации внешних и внутренних социальных, экономических и политических реалий;

– объем капитальных вложений, которым может владеть субъект малого предпринимательства может стать ограничением для развития производства и дополнительного привлечения ресурсов, в том числе производственных, трудовых и т.д.

Существенно возрастает значимость малого предпринимательства в условиях рыночной экономики. Расширяется социально-экономическая роль, которая должна ориентироваться не только на получение максимального дохода, но и на участие в решение социальных задач, таких как снижение уровня безработицы, повышение уровня профессиональной и предпринимательской подготовки, удовлетворение рынка новыми товарами и услугами, участие в формировании бюджетов всех уровней.

Ускоренное развитие малых форм предпринимательской деятельности создает благоприятную среду для активизации новаторской и производственной деятельности, эффективного использования существующих ресурсов, создания разнообразных форм собственности и развития рыночной конкуренции.

Анализ деятельности малого предпринимательства показал, что многие предприниматели не проводят SWOT-анализ, а это считается большим пробелом в их предпринимательской деятельности.

Поэтому нами был проведен SWOT-анализ малого предпринимательства, где были выявлены факторы, влияющие их развитие в Республике Таджикистан (табл. 1.8.).

Таблица 1.8.

SWOT-анализ развития малого предпринимательства в Республике
Таджикистан (осуществлен автором)

<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
1. начальный капитал; 2. эффективность использования ресурсов; 3. конкурентоспособные преимущества; 4. приспособляемость адаптации к требованиям потребителей; 5. самоуправляемость ее и мобильность; 6. механизм управления; 7. гибкость; 8. расположенность к инновациям.	1. ограниченность на рынке; 2. обусловленность от конъюнктуры; 3. отсутствие поддержки и репутации; 4. значительная численность конкурентов; 5. проблемы материально-ресурсного обеспечения; 6. слабая инфраструктуры; 7. нехватка ресурсов.
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
1. развитие крупного бизнеса; 2. устойчивое развитие; 3. стабильность на рынке; 4. всесторонняя самореализация; 5. эффективное использование имеющего потенциала; 6. механизм поддержки занятости населения; 7. совершенствование технологии продукта; 8. управление ресурсами.	1. риск банкротства; 2. монополия на рынке; 3. отсутствие результативного механизма; 4. проблемы финансово-кредитной системы; 5. утечка «мозгов»; 6. не рациональное использование денежных средств; 7. минимальная зарплата, относительно других предприятий.

Осуществленный SWOT-анализ функционирования и развития малого предпринимательства Республики Таджикистан, позволил выявить факторы (сильные и слабые стороны). Сильные стороны имеют свои преимущества и возможности для функционирования субъектов малого предпринимательства, то есть начать свою деятельность достаточно иметь начальный капитал, где необходимо эффективно использовать имеющиеся ресурсы, и использовать

свои конкурентоспособные преимущества на рынке, использование инновационные продукты для удовлетворения спроса населения.

Кроме того, необходимо эффективно использовать имеющий потенциал и ресурсы. Однако следует отметить, что для обеспечения устойчивого развития малого предпринимательства необходимо усовершенствовать механизм управления, который усилит возможности.

Слабые стороны заключаются в недостатках, которые создают рыночные угрозы. Поэтому необходимо своевременное устранение этих факторов, позволяющих повысить результативность функционирования субъектов малого предпринимательства.

Как показывает опыт мирового развития, оптимальными условиями для успешного функционирования экономики являются так называемые либеральная модель рыночной экономики⁵⁶.

Эта модель предполагает высшую степень проведения самостоятельной хозяйственной деятельности, проходящей в условиях, определенными такими ограничениями, как рамками существующей конкуренции и других рыночных механизмов. При этом должно существовать и государственное регулирование.

Существенным условием функционирования этой модели является опережающий уровень развития сферы услуг. Это предопределяет не только в доминировании экономики страны, но и использовании инновационных технологий, наукоемкости производства, быстрая приспособляемость к внешним изменениям и усиливающимся положительным воздействиям на проходящие макроэкономические процессы.

Сфера услуг характеризуется высокой концентрации рабочей силы соответствующего уровня образования и квалификации. Это основывается на современных технологиях и организационно-структурных воздействиях, что

⁵⁶https://spravochnick.ru/ekonomika/modeli_rynochnoy_ekonomiki/liberalnaya_model_rynochnoy_ekonomiki/

позволяет усилить интенсивность оказания услуг и их влияния на социально-экономическое развитие страны.

Следует отметить, что основу организации сферы услуг образуют информационные сети, которые отвечают за налаживание производственных связей внутри компании и предприятиями, организации отношений с поставщиками и потребителями, передачи управляющих воздействий центрального офиса с множеством дочерних структур.

Также в процессе выполнения диссертационного исследования нами были изучены и предложены особенности экономической деятельности субъектов малого предпринимательства Республики Таджикистан, которые позволяют устоять в конкурентной борьбе на рынке услуг, но для этого необходимо постоянное внедрение инновационных технологий, продуктов и услуг, а также идти на риск и реализовывать новейшие проекты. При этом они предрасположены к активам и инвестированию, постоянно повышается уровень мотивации для достижения цели, позитивно влияет на функционирование и развитие деятельности предприятия (рис. 1).

Рациональное использование современных технологий и информатизации дает возможность поднятия на более высокую степень экономичность отрасли и определяет стимулы дальнейшего распространение этой оптимальной модели организации экономики страны. При этом важны соблюдения таких условий, как переход крупного бизнеса на современные технологии, использования основополагающих принципов и моделей менеджмента, проведения децентрализации уровней управления, использования гибких подходов и т.д.

Экономического успеха в этих условиях, как правило, достигали те субъекты, которые вкладывали соответствующие финансовые средства на повышение квалификации используемой рабочей силы. При этом необходимо применение комплекса мероприятий по созданию системы стимулов, направленных на развитие творческой инициативы сотрудников всех звеньев,

не ограничивая их инициативы, наделяя их большей ответственностью за результаты труда, посредством их участия в создании и реализации управленческих решений и т.д. Необходимо также создание системы проведения непрерывного профессионального образования, использования более гибких методов организации трудового процесса.

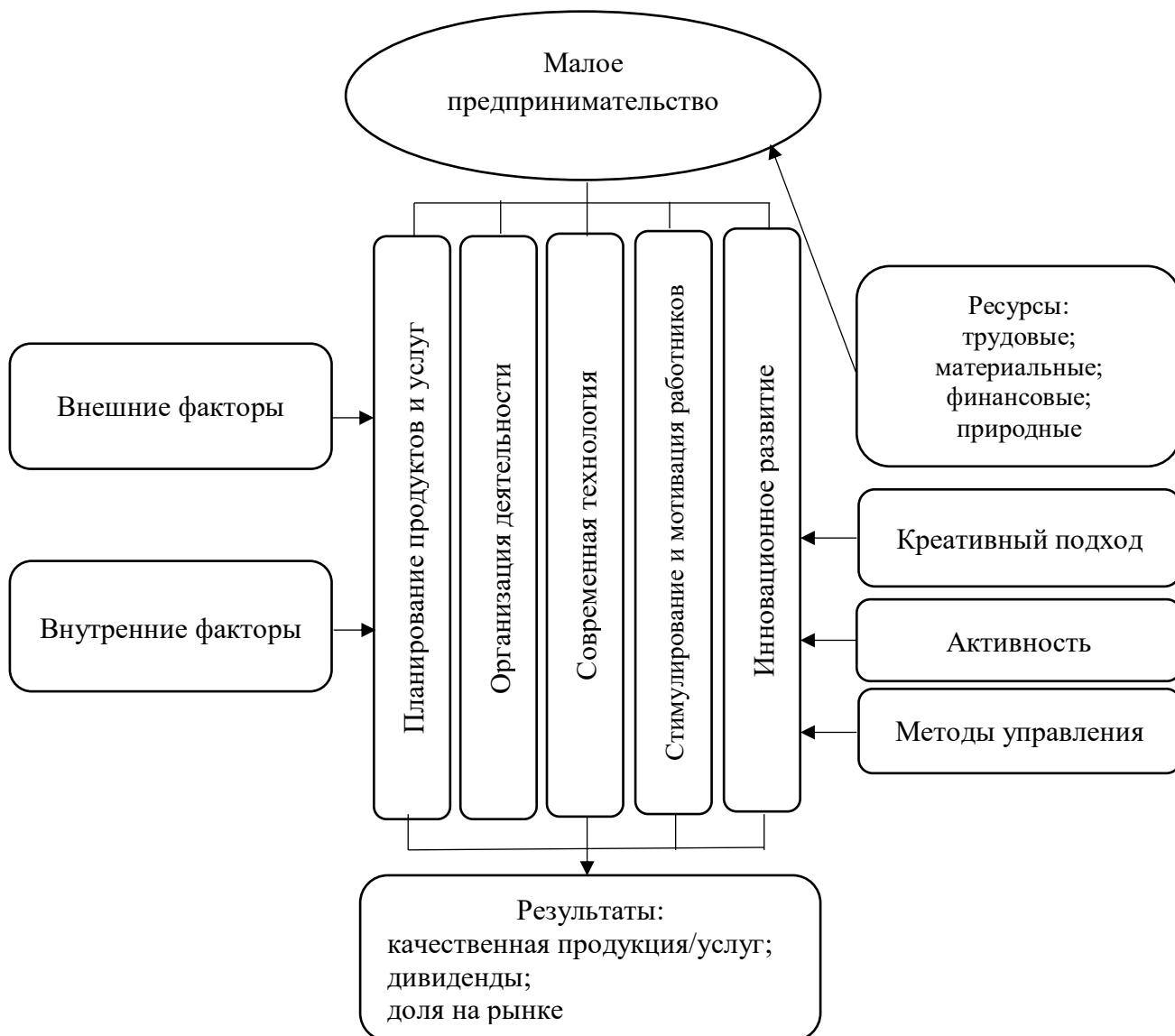


Рисунок 1. - Особенности экономической деятельности малого предпринимательства в Республике Таджикистан

Резюмируя вышеизложенное, и поддерживая взгляды ученых, нами выявлены нижеследующие особенности сферы услуг:

- активность рыночных процессов (формирующая тенденцию спроса и предложения на рынке услуг) определяется гибкостью структуры услуг;
- быстрота оборота капитальных вложений, является преимуществом предпринимательской деятельности в сфере услуг;
- восприимчивость к модификациям рыночной конъюнктуры, определяющая недопустимость сохранности транспортировки услуг. Это позволит повысить требования в процессе проведения маркетинговых исследований и прогноза спроса на услуги;
- специфика производства услуг. При значительной мобильности, реагируют на модифицирование спроса и предложения сферы услуг. кроме того, они, как правило, более эффективны в условиях локального рынка;
- большая степень дифференциации услуг (разнообразие и индивидуальный спрос на услуги), определяет появление инновационных услуг.
- неопределенность итогов деятельности по оказанию услуги возникает вследствие того, что оно зависит от влияния персональных качеств производителя и не может быть определена с достаточной точностью.

На наш взгляд, необходимость ускоренного приоритетного развития малого предпринимательства в сфере услуг Республики Таджикистан обусловлено решением существующих проблем на основе исследования различных факторов.

Во-первых, решающим резервом развития сферы услуг является использование современных инновационных технологий, что предопределяет быстрый рост производительности труда.

Во-вторых, с развитием современной цивилизации, возрастают требования к охране окружающей среды и формированию «зеленой экономики», что будет являться стимулом к появлению новых видов услуг, которые направлены на утилизацию отходов и улучшению качества окружающей природной среды.

В-третьих, сложившиеся демографические тенденции, такие как повышение продолжительность жизни (процесс старения общества повышает спрос на услуги системы социального обеспечения и здравоохранения в стране).

В-четвертых, идет интенсивный процесс роста использования современной бытовой техники, с применением компьютерных технологий, и, соответственно, растет потребность в услугах по ремонту и техническому содержанию сложного оборудования.

Таким образом, мы считаем, что выявленные особенности и проблемы следует учитывать при научном обосновании и разработки приоритетных перспективных направлений по совершенствованию организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг Республики Таджикистан.

В следующем разделе диссертационного исследования рассмотрим методологические аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Выводы по первой главе

В первой главе диссертационного исследования рассмотрены научно-теоретические основы понятия услуги, роль и социальное-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях, а также выявлены особенности и проблемы развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Автором исследованы теоретические основы понятия услуги, а также роль и социально-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг. По мнению автора, формирование и развитие сферы услуг способствует решению вопросов занятости населения, минимизации уровня безработицы, а также решению социально-

экономических проблем экономики. Важным значением развития предпринимательской деятельности в сфере услуг, является формирование благоприятной среды для привлечения денежных средств населения, а также роста уровня ее благосостояния в Таджикистане.

В исследовании отмечено, что в современных условиях развитие предпринимательства в сфере услуг становится важнейшим элементом национальной экономики и фактором ее устойчивого развития. Статистические данные показывают, что доля малого предпринимательства в формировании валового внутреннего продукта имеет тенденцию к росту и увеличивается доля работников, занятых в этой сфере.

Автор диссертации на основе анализа экономической литературы доказал, что, несмотря на повышение роли и значения сферы услуг в современной экономике, в настоящее время, в отечественной и зарубежной экономической литературе нет общепринятого определения понятия услуги как экономической категории. В этой связи, исследование содержания, теоретическо-методологических основ и практических аспектов развития предпринимательской деятельности в сфере услуг является чрезвычайно актуальным.

В исследовании сформулирована идея, что роль и место малого предпринимательства в условиях рыночной экономики должны определяться не только с позиций получения максимума прибыли, но и с точки зрения его вклада в решение социальных задач общества: повышение занятости, распространение минимума профессиональных и предпринимательских навыков, относительное выравнивание уровня денежных доходов населения и формирование среднего класса в обществе, пополнение рынка новыми товарами и услугами, существенное участие в формировании бюджетов всех уровней.

Изучение мирового хозяйственного опыта показывает, что развитие малого предпринимательства, вследствие своей способности к адаптации к

изменяющимся внешним условиям, становится важной составляющей для обеспечения опережающего экономического роста страны, удовлетворения населения востребованным товарам и услугам, преодоления безработицы, снижения уровня бедности и достижения соответствующего уровня жизни населения. Исходя из направления деятельности и существующих возможностей, в диссертации автор определяет предпринимательство как деятельность, которая должна проявлять активность, инициативу, самостоятельность, иметь инновационную направленность. При этом она осуществляется в условиях риска и имеет своей конечной целью получение прибыли.

Диссертант считает, что в современных условиях важно изучить сущность, роль, место и влияние малого предпринимательства как одного из сегментов сферы услуг в формировании и развитии рыночных отношений, которое обуславливается от уровня и степени развития малого предпринимательства.

Формирование и развитие малого предпринимательства в сфере услуг создает условия для цивилизованного развития свободы действий граждан и юридических лиц, активизирует их новаторскую и ответственную деятельность, эффективное использование экономических ресурсов, получения прибыли при многообразии форм собственности и развития рыночной конкуренции. Наряду с положительными сторонами развития малого предпринимательства, в работе выявлены негативные стороны его становления и развития: зависимость от быстро меняющейся конъюнктуры рынка, возможных трансформации внешних и внутренних социальных, экономических и политических реалий; объем капитальных вложений и т.д.

В работе отмечено, что роль и место малого предпринимательства в условиях рыночной экономики должны определяться не только с позиций получения максимума прибыли, но и с точки зрения его вклада в решение социальных задач общества: повышение занятости, распространение

минимума профессиональных и предпринимательских навыков, относительное выравнивание уровня денежных доходов населения и формирование среднего класса в обществе, пополнение рынка новыми товарами и услугами, существенное участие в формировании бюджетов всех уровней.

Не менее важной стороной, которая подчеркивает активную позицию представителей малого предпринимательства является их одновременное положение как производителя, так и потребителя на внутреннем рынке, что предопределяет необходимость создания и поддержки всесторонних связей и контактов с потенциальными партнерами из всей совокупности социальных слоев населения. Этим подчеркивается особая общественная значимость малого предпринимательства.

Таким образом, формирование малого предпринимательства создает условия для цивилизованного развития свободы действий граждан и юридических лиц, активизирует их новаторскую и ответственную деятельность, эффективное использование экономических ресурсов, получения прибыли при многообразии форм собственности и развития рыночной конкуренции. В процессе реализации социальных функций малого бизнеса в сфере услуг должны решаться следующие задачи социальной политики: снижение уровня безработицы посредством создания новых, рабочих мест с достойной оплатой труда; активное участие в проектах региона, социальной направленности; проведение специальных акций в благотворительных, меценатских и спонсорских целях.

В заключительном параграфе первой главы диссертационного исследования определены особенности и проблемы малого предпринимательства в сфере услуг: проявление экономической независимости, инициативности, свободы действий, использования специфических форм материального поощрения работников, что предопределяет высокую эффективность использования имеющихся

ресурсов, принятия и реализации оптимальных управленческих решений; способность быстрой адаптации к изменению внешних условий и обстоятельств рыночной конъюнктуры, на основе учета сложившихся потребностей потребителей; ориентация на производство товаров и услуг сравнительно небольшого потребительского спроса или требующих малого времени, чтобы довести услуги до потребителя; возможность для расширения производства и выгодно реализовать свое дело, для перехода на другие перспективные направления.

Вместе с тем, к основным проблемам и факторам, отрицательно влияющих на развитие предпринимательства в сфере услуг следует отнести высокую арендную плату за предоставляемое помещение; высокие ставки по кредитованию; отсутствие льготного налогообложения; высокие цены на услуги транспорта, электроэнергии, водоснабжения и прочих коммунальных услуг.

ГЛАВА II. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

2.1. Концептуальные основы методологии функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг

Методология функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг, является комплексная оценка существующих условий для перспективного ее развития в новых условиях углубления рыночных отношений.

Изучив работы ученых⁵⁷ о методологии исследования, установлено, что в нее входят: система принципов, форм, способов организации теоретическо-практической деятельности научного познания, учения о ее системы, идеи, логика и методы ее изучения.

Однако теорию необходимо анализировать как комплекс мнений ученых, где существует результативное осмысления и познания практики, которые позволяют сформировать вывод о осваиваемых экономических и социальных процессах, т.е. малого предпринимательства в сфере услуг.

Прежде всего, мы выделяем решения следующих задач:

- нахождение и изучение закономерностей развития малых предпринимательских структур в сфере услуг, а также информационное обеспечение управления для разработки и внедрения инновационных видов;

⁵⁷Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология /А.М.Новиков, Д.А.Новиков.-М.:СИН-ТЕГ. -668с.; Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования/А.М.Новиков, Д.А.Новиков.- М.:Либроком,2010. – 280с.; Хусаинов М.К. Наука и научное исследование/М.К.Хусаинов.- М.:МГУПИ, Душанбе: «Ирфон», 2010. – 200с.

- исследование процесса комплексного развития малого предпринимательства в сфере услуг в стратегической перспективе, учитывая влияние внутренних и внешних факторов.

Халин В.Г. и Воронина Л.А. в работах «...используя метод сравнительного анализа и статистическое наблюдение, изучали развитие алого предпринимательства в сфере услуг, где была выявлена взаимосвязь элементов инфраструктуры и инновационных подразделений, а также проведен анализ деятельности малых инновационных предприятий»⁵⁸.

Для изучения перспектив развития предприятия оценивается их стратегический потенциал, то есть от результативности решения поставленных задач устанавливается зависимость выбора вида стратегического потенциала предприятия, а в каком положении он находится в структуре отрасли можно рассчитать его стратегический потенциал как комплекс внутренних ресурсов⁵⁹.

Маркова В.Д. также считала, что «...как совокупность ресурсов и возможностей (способностей) предприятия, необходимых для формирования и реализации его стратегии, т.е. потенциал - это совокупность материальных (физические и финансовые активы) и нематериальных ресурсов (репутация, персонал, ноу-хау)»⁶⁰.

Однако Веснин В.Р. и Маркова В.Д. в процессе своих исследований не учли влияние рынка, рост рыночного потенциала предприятия и его стратегического потенциала в перспективе.

⁵⁸Халин В.Г. ВУЗ как элемент национальной инновационной системы. /Халин В. Г., Коростышевская Е. М. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. 5 (103), май, 2007.- С. 41-45; Воронина Л. А. Развитие интеграционных процессов взаимодействия инновационной вузовской науки и реального сектора экономики. / Воронина Л. А., Кудинова И. С. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. 5 (103), май, 2007. -С.67-70.

⁵⁹Веснин В. Р. Стратегическое управление. /В.Р. Веснин. - М.: ТК Велби, Проспект. 2004. – 328 с.

⁶⁰Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: курс лекций./ В.Д. Маркова. - М.: ИНФРА-М, 2004. – 287 с.

У Шаминой Л.К. предложен другой подход, то есть «...изучение развития инновационного предприятия на основе рассмотрения научного потенциала»⁶¹.

Мы считаем, что эти подходы изучают начальный этап стратегического планирования, а также обосновывают их потребность в финансировании.

«...Иванова О.В. в своей работе выделила компоненты стратегического потенциала предприятия, такие как рыночный потенциал предприятия, производственный и финансовый потенциал»⁶². Также мы считаем, необходимым управленческий, кадровый, технологический, финансовый, рыночный и инновационный потенциалы.

Прохоров Ю.А. предложил, изучить инновационное предприятие, используя методы и средства инновационной диагностики⁶³: «инновационная диагностика социально-организационной среды новшества, инновационная диагностика новшества, диагностика инновационного процесса, где необходимо определить потенциал осуществления этого новшества, но при этом оценить инновационный потенциал»⁶⁴.

Исходя из этого, Прохоров Ю.А. считал, что «...необходимо решение нижеследующих задач:

- определение создаваемых новшеств, а также их деятельность в социально-организационной среде;
- допустимые изменения новшества, которые стремительно модифицируются;

⁶¹Шамина Л. К. Инновационный потенциал предприятия./Л.К. Шамина.// Инновации. - Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, С. 58-60

⁶²Иванова О.В. Методика расчета стратегического потенциала промышленного предприятия. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, С.86-88.

⁶³Прохоров Ю.А. Виды инновационной диагностики./Ю.А. Прохоров.// Инновации. - Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, С.82-84 .

⁶⁴Прохоров Ю. А. Виды инновационной диагностики. Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.82-84.

- получения нововведения значительного уровня качества, дает возможность на рынке взаимодействовать с остальными новшествами;
- оценка процесса внедрения новшества на рынок и его освоения;
- умение модифицировать новшества в социально-организационной среде и т.д.»⁶⁵.

Инновационная диагностика проводится во время всего инновационного процесса, где применяются такие методы как: «...прогнозная диагностика, изучение документации, опрос, наблюдение, корреляционный и факторный анализ, экспертный опрос, анкетирование»⁶⁶. Зарубежные ученые оценивают инновационный потенциал малого инновационного предприятия, применяя нейросетевой подход. Исходя из этого, мы считаем, что эффективным применением является гибридная экспертная система, содержащая иерархическую модель оценки инновационного потенциала, которая предложена С.В. Новоселовым⁶⁷ включающая:

- «задел научно-технических и приобретенных разработок и изобретений; инфраструктурные возможности для обеспечения основных этапов инновационного процесса;
- внешние и внутренние факторы, влияющие на успешность инновационного цикла;
- оценка видов завершенных собственных НИОКР;
- оценка руководителями деловых связей между производством и наукой;

⁶⁵Прохоров Ю. А. Виды инновационной диагностики. Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.82-84.

⁶⁶Прохоров Ю. А. Виды инновационной диагностики. Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.82-84

⁶⁷Новоселов С. В. Оценка инновационного потенциала технического университета с применением гибридных экспертных систем при оптимизации управленческих решений. Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.106-110.

- уровень инновационной культуры, характеризующий степень восприимчивости»⁶⁸.

Однако этот подход не позволяет изучить критерии для классификации инновационных подразделений.

Изучив работу Гуремина Н.В. и Колпакова К.В. было установлено, что «...в качестве показателей для оценки научно-исследовательского потенциала структурных подразделений предложили использовать степень завершенности наукоемких разработок, уровень приоритетности данного направления развития науки и техники, область применения данных наукоемких разработок, степень защиты интеллектуальной собственности и распределение конкретных наукоемких разработок по критическим технологиям»⁶⁹.

Иванов О.В. при исследовании перспектив развития предприятия делал акцент «на потенциальные конкурентные преимущества, на рентабельность и финансовую стабильность предприятия»⁷⁰. В этом подходе для исследования малого инновационного предпринимательства существуют свои недостатки, которые заключаются в том, что конкурентное преимущество не всегда можно оценить, потому что требуются другие критерии, которые можно используют на любом этапе развития малого предпринимательства в сфере услуг.

Следовательно, необходим учет влияния факторов, на развитие предприятия и иметь в виду их конкурентные преимущества.

Однако Тулугурова Е.В. и Товстига Дж. считали, что развитие малого инновационного предпринимательства необходимо исследовать на основе

⁶⁸Новоселов С. В. Оценка инновационного потенциала технического университета с применением гибридных экспертных систем при оптимизации управленческих решений. Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.106-110.

⁶⁹Гуремин Н.В. Научно-технический потенциал и перспективы инновационного развития Дальнего Востока. / Гуремин Н. В., Колпакова К. В. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 10 (108), октябрь, 2007, с. 65-68

⁷⁰Иванова О.В. Методика расчета стратегического потенциала промышленного предприятия. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, с.86-88.

«...конкурентоспособности предприятия на основе использования внутренних факторов: человеческого капитала (компетентность, интеллектуальная подвижность, позиция), результатов деятельности малого предприятия и структурного капитала (отношения, организация, обновление и развитие) и внешних факторов (социально-политические, технологические, экономические)»⁷¹.

Авторы работы⁷² аргументируют, что «...преимущество внутренних и внешних факторов деятельности малого инновационного предприятия состоит в том, что внешние экономико-политические условия оказывают положительное влияние на деятельность этих предприятий, чем внутренние факторы». Также они больше внимания уделяют рассмотрению таких показателей как: оценка модификации знаний, технологические навыки, опыт и способности для разработки и внедрения инновационных продуктов и услуг⁷³.

Для эффективного функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг необходимо информационное обеспечение управления (сбор и переработка информации), которое очень важно в процессе принятия аргументированных управленческих решений.

Развитие малого предпринимательства происходит весьма неравномерно как в региональном, так и в отраслевом разрезах. В современных условиях образовательная система, которая подготавливает квалифицированных специалистов субъектов малого предпринимательства в

⁷¹Тулугурова Е. В. Влияние внутренних и внешних факторов на конкурентоспособность малого инновационного предприятия. / Тулугурова Е. В., Товстига Дж. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, с.80-83

⁷²Тулугурова Е. В. Влияние внутренних и внешних факторов на конкурентоспособность малого инновационного предприятия. / Тулугурова Е. В., Товстига Дж. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, с.80-83

⁷³Тулугурова Е. В. Влияние внутренних и внешних факторов на конкурентоспособность малого инновационного предприятия. / Тулугурова Е. В., Товстига Дж. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, с.80-83

сфере услуг, важно анализировать как соцсистему, а также в качестве элемента информационного обеспечения управления развитием МФПД.

Улучшение профессионального образования в сфере малого предпринимательства представляет определенные трудности, прежде всего, в первый план входят такие проблемы как кадровое обеспечение и подготовка необходимых специалистов, которые должны владеть информационным полем медиапространства (Интернет-пространства)⁷⁴, где государство играет важную роль и имеет все необходимые ресурсы, позволяющие программировать работу этой сети.

Для улучшения системы подготовки кадров для МФПД играет концепция государственной политики поддержки и развития, которая предусматривает финансирование из госбюджета для повышения квалификации и переподготовки специалистов по основам предпринимательства, а также координация государственных и международных образовательных программ в этой сфере.

Однако «...в государственной концепции не предусмотрено самостоятельно в образовательной форме обучения в рамках Интернет-пространства применяя информационные образовательные технологии и дистанционной»⁷⁵.

Во-первых, профессиональное образование целенаправленно для подготовки специалиста, который будет работать в условиях разделения труда, во-вторых, МФПД нуждаются в подготовке квалифицированного специалиста, компетенции которого позволят совмещать технологические, управленческие, предпринимательские качества и инновационные способности.

⁷⁴ Юдина Е.Н. Медиапространство как новая социологическая категория // Преподаватель XXI век. – М. : 2008.– № 2. – С. 151–154.

⁷⁵ Кошелева Т.Н. Инновационная инфраструктура как важнейшая предпосылка развития малого предпринимательства в условиях становления национальной инновационной системы /Т. Н. Кошелева // Научный журнал European Social Science Journal - Европейский журнал социальных наук – СПб.- 2013. - № 6. – С. – 407- 414

Поэтому в качестве условия социально-профессионального воспитания личности дальнейшего предпринимательства необходима разработка и внедрение инновационных технологий для всех сотрудников и индивидуальной самоорганизации, которая является основным ресурсом экономического и соцразвития общества.

Кошелева Т.Н. и Кожухина К.А. говорили «...о важности господдержки и признания неформального образования (индивидуальное и групповое), удостоверяющее о том, что система самообразования входит в структуру информационного обеспечения управления развитием МФПД в условиях информационного медиапространства»⁷⁶.

Следовательно, предпринимательские структуры смогут сформировать в современных условиях визуальную и звуковую среду, которая сможет охватить физическое пространство с его подразделениями.

Для того чтобы оценить инновационное развития предприятий страны и восприимчивость ее регионов к инновациям, необходима система организационно-экономических характеристик, определяющая состояние и потенциал развития инновационных процессов⁷⁷.

Авторы ⁷⁸ в своей работе анализировали внутренние факторы (актив и пассив), для изучения форм и перспектив развития малого предпринимательства, но этот подход не дает возможности раскрыть все эти факторы, а также отрицает о влиянии внешних факторов на деятельность малого инновационного предпринимательства⁷⁹.

⁷⁶Кошелева, Т. Н. Инновационная среда малого предпринимательства: монография /Т. Н. Кошелева, К. А. Кожухина – СПб.: Изд. НОУ ВПО Институт бизнеса и права. - 2013. –179 с., с. 152-153.

⁷⁷Лузгина О. А., Похвалов А. С. Организационно-экономические условия активизации инновационных процессов в промышленности региона Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 9 (107), сентябрь, 2007, с.111-114

⁷⁸Кошелева Т. Н. Малое предпринимательство: финансовый мониторинг кредитными организациями / Т.Н. Кошелева, Г. А. Костин. - Экономика и управление, № 7 (105). СПб.: Издательство СПбУУИЭ, 2014. – 88 с., с. 50-54.

⁷⁹Тулугурова Е. В. Влияние внутренних и внешних факторов на конкурентоспособность малого инновационного предприятия. / Тулугурова Е. В., Товстига Дж. - Инновации. Журнал об инновационной деятельности. № 5 (103), май, 2007, с.80-83

Для определения уровня развития малого предпринимательства важно учесть показатель, оценивающий конкурентоспособность (экономическую, стратегическую, социальную и экологическую)⁸⁰.

В своей работе Мирзобеков Х.Д. «...теоретически обоснован и разработал рекомендации по развитию и совершенствованию системы управления малого предпринимательства в сфере транспортных услуг, а также обосновал и разработал перспективные направления развития малого предпринимательства на рынке пассажирских транспортных услуг Таджикистан до 2021 года»⁸¹.

Также в условиях Таджикистана выполнены другие исследования по становлению и развития малого предпринимательства в различных сферах⁸². Вместе с тем, многие вопросы функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг, требует всестороннего их исследования и разработки современных способов оказания услуг в ее отраслевых составляющих с учетом эффективного использования имеющихся финансовых, трудовых, материальных и информационных ресурсов, а также методов стратегического анализа и планирования, экономико-математических и оптимизационных моделей и др.

Приоритетным направлением при развитии малого предпринимательства в сфере услуг считается организации бизнес-инкубаторов, которые играют важную роль в улучшении их деятельности в

⁸⁰Кошелева Т. Н. Формирование инновационного кластера в процессе накопления предпосылок создания национальной инновационной системы. Сборник с материалами XIV международной научно-практической конференции «Инновационная экономика: проблемы и перспективы развития 2014» от 24 апреля 2014 г. СПб.: Издательство СПбГУиЭ, 2014 г. - 266 с. – 33-37 с.

⁸¹ Мирзобеков Х.Д. Развитие малых и средних форм предпринимательской деятельности в сфере транспортных услуг Республики Таджикистан: дисс...канд.экон наук:08.00.05/Хуршед Дурманович Мирзобеков.-Душанбе, 2017.-171с.

⁸²Толибов К.К. Организационно-экономический механизм формирования и развития коммерческого предпринимательства: теория, методология, практика (на примере розничной торговле города Душанбе). Диссер...док. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2021.-272с. Рахмонов Л.С.. Развитие лизингового предпринимательства в условиях рыночной экономики: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2019.-152с.

условиях углубления рыночных отношений.

Важную роль при анализе формирования и развития малого предпринимательства на стратегическую перспективу заключается в совокупности их оценки, то есть выявить влияние факторов и тенденции их развития, определить социально-экономический процесс, а также выявить проблемы и найти пути их решения малого предпринимательства в сфере услуг⁸³.

Комплексный анализ показал, что функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг требует всесторонний учет особенностей их становления и развития, выбора критерий для оптимального развития и рационального размещения предприятий, формированию приоритетов по развитию предпринимательской деятельности, созданию ассоциаций и бизнес инкубаторов, оптимизации взаимоотношений между различными формами малого предпринимательства и государством, влияния предпринимательства на развитии территориальных образований, определении валового внутреннего продукта, решения социальных задач и др.

Изучив работы ученых⁸⁴ о развитии малого предпринимательства в сфере услуг на стратегическую перспективу, нами были обоснованы и рекомендованы следующие направления:

⁸³ Кошелева Т.Н. Инновационные программы поддержки инновационной среды малого предпринимательства – основа динамичного развития экономики. Параграф в коллективную монографию «Управление экономическими системами и технологическим развитием». СПб.: Издательство СПбУУиЭ, 2014. - 288 с., 261-274 с.

⁸⁴ Кошелева, Т. Н. Управление формированием инновационной среды малого предпринимательства: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Институт проблем региональной экономики Российской академии наук. - С-Пб, 2014. – 404 с. - с. 133-151; Рохчин В. Е. Стратегическое планирование развития городов России: системный подход /В. Е. Рохчин, С. Ф. Жилкин, К. Н. Знаменская; Российская академия наук, Ин-т проблем региональной экономики.- СПб.: ИРЭ РАН, «Скифия-принт», 2004. - 276 с.; Кошелева Т. Н. Методологические подходы к исследованию перспектив развития малого предпринимательства // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 2496–2500. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/85500.htm>.

- изучить внутренние закономерности формирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- исследовать комплексное развитие малого предпринимательства в сфере услуг в перспективе, а также влияние факторов внутренней и внешней среды;
- осуществить социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг и исследовать зарубежный опыт развития и поддержки малого предпринимательства;
- определить критерии оптимизации и разработать экономико-математическую модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг;
- обосновать приоритеты стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг и разработать модель организации бизнес-инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- уточнить предпосылки и рост комплексного социально-экономического развития малого предпринимательства в сфере услуг на стратегическую перспективу, определяющих развитие их инновационных видов;
- обосновать и разработать перспективные направления инновационного развития малого предпринимательства в сфере услуг;
- обосновать и разработать эффективную комплексную модель социально-экономического функционирования малого предпринимательства в сфере услуг.

В целом, используя предложенную методологию исследования функционирования и развития малого предпринимательства, позволит решить существующие проблемы в сфере услуг, повысит уровень качества жизни населения, а также обеспечит экономический рост Таджикистана и ее регионов.

2.2. Проблемный подход к стратегическому анализу развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг

В новых условиях развития рыночных отношений стратегический анализ занимает ведущее место для разработки приоритетов по формированию стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг. При этом необходимо выделить понятие стратегического анализа.

Под стратегическим анализом многие ученые рассматривают «...процесс изучения деятельности предприятий и факторов окружающей среды, которые влияют на конкурентоспособность и на долгосрочную перспективу»⁸⁵.

Рассматриваемый анализ позволяет спрогнозировать возможные будущие сценарии развития предприятия малого предпринимательства в сфере услуг, выявить ее слабые и сильные стороны.

Анализ выполненных исследований показывает, что стратегический анализ используется для того, чтобы решить нижеследующие задачи:

- разработать бизнес-план;
- оценить рост уровня конкурентоспособности малого предпринимательства в сфере услуг;
- выявить факторы, препятствующие развитию малого предпринимательства в сфере услуг и найти пути их решения;
- определить потенциал предприятия;
- маркетинговая деятельность;
- обосновать цель и разработать маркетинговую стратегию;

⁸⁵ Басовкий Л. Е. Современный стратегический анализ / Л. Е. Басовкий. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 255 с.; Грант Р. М. Современный стратегический анализ (Contemporary Strategy Analysis) – 6-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – СПб. : Питер, 2011. – 560 с.; Комплексный стратегический анализ устойчивого развития экономических субъектов / коллектив авторов ; под ред. Е.В. Никифоровой. — М.: КНОРУС, 2019. - 162 с.

- установление основных тенденций развития рынка, эффективное принятие решений о развитии товарных групп в товарном портфеле предприятия;
- сформировать оптимальную организационно-штатную структуру предприятия малого предпринимательства в сфере услуг,
- проведение риск-менеджмента и принятие взвешенных управленческих решений.

Опыт показывает, что после проведения стратегического анализа руководители получают стратегический план по упрочению положения предприятий малого предпринимательства в сфере услуг и росту ее конкурентоспособности.

Оценивая содержание стратегического анализа, выделяют следующие основные его этапы:

1. Определение показателей, для стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг.
2. Сравнительный анализ запланированных и реальных показателей предприятия.
3. Исследование и определение стратегических факторов, воздействующих на прогнозные показатели, а также на ранжирование их по степени важности.
4. Нахождение эффективной стратегической альтернативы и разработки стратегического плана.

Для оценки текущих показателей проводят изучение внутренних факторов: структуру предприятия, ее кадровый и производственный потенциал, ресурсы и финансовые возможности.

На следующем этапе изучают внешние характеристики. Прежде всего, определяют условия работы, наличие взаимосвязей с бизнес-средой, клиентами, поставщиками и конкурентами, а также пути вывода предприятий

малого предпринимательства в сфере услуг в лидеры на основе применения стратегической сессии.

Важным считается анализ внутренней среды на основе изучения структуры предприятия малого предпринимательства в сфере услуг, наличие отношений внутри нее, между подчиненными и руководителями, между отделами, неформальные коммуникации, особенно уровень корпоративной культуры. При этом следует узнать о том, насколько действующая штатная структура может удовлетворить потребности клиентов. Кроме того, важное место отводится ресурсам: кадровых, материальных, финансовых, технических, а также технологии, профессионализм и навыки персонала.

Особое место при этом, занимает анализ внешней среды малого предпринимательства в сфере услуг, который предусматривает рассмотрение отрасли и рынка, деятельность конкурентов, выявлении факторов, которые смогут воздействовать на социальные условия предприятия и тенденцию ее развития, где оцениваются угрозы и возможности. Следует заметить, что среди факторов внешней среды необходимо выделить роль поставщиков, клиентов, контролирующих органов, аудиторов, банков, инвестиционных организаций, а также условия, в которых работает предприятия.

Для проведения анализа конкурентов необходимо изучить текущий состав и способность предприятия для конкуренции, а также их влияние на понижение цен для покупателя. При этом необходим анализ слабых и сильных сторон конкурентов, используя открытые источники, СМИ, статистические данные по отрасли и неформальные источники. Поэтому особое место уделяется изучению качество и жизненному циклу продукции-услуги конкурентов, а также финансовым показателям деятельности конкурентов и дается оценка рентабельности и ликвидности, финансовой устойчивости предприятия.

Также проводится анализ отрасли и сферы услуг на основе:

- изучения величины прибыльности и темпов ее повышения;

- численность покупателей и их финансовые возможности;
- потребность покупателей к предлагаемому продукту, оказываемых услуг;
- численность конкурирующих предприятий сферы.

Таким образом, нами выделяются следующие методы стратегического анализа (таблица 2.1).

Таблица 2.1

Методы проведения стратегического анализа

№	Наименование метода	Содержание
1.	SWOT-анализ	<p>Название SWOT-анализ происходит от английских слов strengths, weaknesses, opportunities, threats – сила, слабость, возможности, угрозы.</p> <p>Сила – это опыт, разработки, достижения предприятия, ее конкурентные преимущества.</p> <p>Слабость – это то, чего не хватает предприятию, что делает шаткой и уязвимой ее позицию на рынке.</p> <p>Возможности – то, что открывает перспективы для роста и развития, для увеличения конкурентных преимуществ.</p> <p>Угрозы (опасности) – факторы внешней среды, способные снизить конкурентоспособность предприятия или привести к ее ликвидации: появление дешевых товаров, риск поглощения более крупной компаний, неблагоприятные политические изменения и новые законы.</p>
2.	Метод сравнения (анализ отклонения)	<p>Позволяет оценить работу предприятия и выявить причины отклонения от плановых количественных и качественных показателей.</p> <p>Сравнивают: отчетные показатели с плановыми показателями настоящего и предшествующих периодов; показатели эффективности за каждый день; показатели данной компании со средними по отрасли; качество выпускаемой продукции с качеством продукции конкурентов.</p> <p>Данный метод предполагает сопоставимость сравниваемых показателей: если это товар, то одной ассортиментной группы, если показатели продаж – то в одном регионе и в один и тот же сезон.</p>
3.	Метод факторного анализа	<p>Выявляет, каким образом те или иные факторы оказывают влияние на ту или иную функцию (например, производительность труда). Выявленные факторы ранжируют по степени важности. Данный метод является трудоемким и требует проведения расчетов и разработки моделей.</p>

Продолжение таблицы 2.1.		
4.	Балансовый метод	Сравнивает взаимосвязанные показатели, чтобы выявить их влияние друг на друга.
5.	Графический метод	Строит графики и диаграммы, позволяющие наглядно оценить исследуемые факторы.
6.	Анализ динамики издержек и кривая опыта	Выявляет возможности для снижения издержек и получения как можно более высокой прибыли по отрасли.
7.	Анализ динамики рынка	Оценивает этапы жизни того или иного товара, а также что делать с результатами стратегического анализа
8.	PEST-анализ	это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес предприятия

Источник: составлено автором на основе <https://www.gd.ru/articles/10374-strategicheskiy-analiz> (дата обращения 14.08.2021). Басовский Л. Е. Современный стратегический анализ / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 255 с.; Грант Р. М. Современный стратегический анализ (Contemporary Strategy Analysis) – 6-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – СПб. : Питер, 2011. – 560 с.; Комплексный стратегический анализ устойчивого развития экономических субъектов / коллектив авторов ; под ред. Е.В. Никифоровой. — Москва: КНОРУС, 2019. - 162 с.

Кроме того, наиболее используемые инструменты стратегического анализа используемых в предприятиях малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг в зависимости от поставленных текущих целей представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2.

**Инструменты стратегического анализа используемых в предприятиях
малого предпринимательства в сфере услуг**

Направление стратегического анализа	Методы, используемые при проведении стратегического анализа
Анализ микросреды (внутренней среды предприятия)	SNW-анализ (Strength Neutral Weak – сильные, слабые стороны предприятия и нейтральная позиция в отрасли – это форма SWOT-анализа, включающая анализ только внутренней среды предприятия) Жизненный цикл товара/услуги Жизненный цикл технологии Жизненный цикл организации Кривая обучения IFE матрица (Internal Factor Evaluation matrix – матрица оценки внутренних факторов)

Продолжение таблицы 2.2.	
Анализ мезосреды (отраслевого окружения)	5 конкурентных сил Портера Сеть ценностей (Net Value) Жизненный цикл отрасли EFE матрица (External Factor Evaluation matrix – матрица оценки внешних факторов)
Анализ макросреда (деловой среды)	PEST или STEP-анализ (Political, Economical, Social and Tecnological – это анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды)
Интегрированный анализ внешней и внутренней среды	Матрица Ансоффа «продукт-рынок»; Матрица BCG или матрица «рост – доли рынка» (матрица Boston Consulting Group (Бостонская консалтинговая группа, или БКГ)); Матрица GE (матрица General Electric (Дженерал Электрик)); Матрица Arthur D. Little – ADL (матрица Артура Д. Литтла) – (жизненный цикл – конкурентные преимущества); Матрица McKinsey и General Electric (привлекательность рынка – преимущества в конкуренции); Матрица конкурентного преимущества (усовершенствованная матрица BCG) SWOT-анализ (Strong, Weak, Opportunities and Threats – Сильные, Слабы стороны компании, Возможности и Угрозы) ; SPACE-анализ (Strategic Position and Action Evaluation matrix – матрица оценки стратегического положения и оценки действий); IE матрица (Internal External – матрица внутренних и внешних факторов) .

Источник: составлено автором на основе: Москалева Е.Г. Стратегический анализ в деятельности фирмы – функция и ее организация//Системное управление, 2013, Выпуск 2 (19).-С.1-9.

На наш взгляд, использования приведенных инструментов стратегического анализа в предприятиях малого предпринимательства в сфере услуг способствуют разработке стратегии их развития на перспективу.

Важно заметить, что результаты стратегического анализа важны для разработки стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг. Поэтому можно выделить такие следующие варианты:

- изменение продукта на основе минимизации издержек производства, специализация в производстве продукции (стратегия дифференциации товаров);

- выпуск нового продукта для реализации (оказываемой услуги) на уже освоенном рынке.

При этом оценка изменений предусматривает переход на новый рынок для поиска новых сегментов рынка, новых каналов сбыта, территориальной экспансии с целью выхода на региональный рынок, а также создать сеть эксклюзивных дистрибьюторов.

Особое место отводится разработке стратегии интегрированного и диверсифицированного роста, сосредоточенного на уменьшение производства предприятия малого предпринимательства в сфере услуг для того, чтобы отложенные средства направить на развитие более перспективные для ее направлений.

В целом, стратегический анализ позволяет оценить взаимодействию малого предпринимательства в сфере услуг внешней бизнес-средой и ее факторами, которые позитивно или негативно влияют на развитие. Эффективный стратегический анализ дает предприятию информацию об ее деятельности, оценивает влияние на положение предприятия, а также определяет угрозу или продвижение в перспективе.

Опыт показывает, что проблемный подход, является основным разделом перспективного экономического анализа, где ее главная категория показывает необходимое и желаемое состояние изучаемого объекта. Для этого необходимы меры по достижению желаемого состояния или цели функционирования предприятий малого предпринимательства в сфере услуг.

По нашему мнению, решение указанной проблемы предусматривает осуществления следующих задач:

- исследование выявленных проблем;
- совершенствование системы управления предприятий;

- совершенствование структуры системы управления предприятий;
- определение общей цели и их критерии;
- исследование имеющихся ресурсов и технологий, а также их состояние;
- прогнозные расчеты, для определения динамики развития проблемы;
- уточнение важности поставленной цели;
- своевременное решение появившихся проблем;
- разработка комплексной программы на основе формирования и реализации мероприятий и инновационных проектов;
- проектирование, определение цели и разработка мероприятий по их достижению.

Выполнение указанных комплекс работ, по нашему мнению, дает возможность обосновать варианты принятия системного решения, что является базовым подходом при проведении экономического анализа работы малого предпринимательства в сфере услуг в сфере услуг.

С учетом этого нами выделяются задачи системного анализа малого предпринимательства:

1. Взаимосвязь элементов цели, для результативного достижения;
2. Разработка проблем по этапам: «цель-пути достижения-ресурсы».

Следовательно, решения задач системного анализа обеспечиваются на основе использования метода структуризации, позволяющих созданию новых идей, выявлять новейшие пути решения изучаемой проблемы, которые свойственны разным уровням планирования и управления малого предпринимательства в сфере услуг.

Данный метод способствует повышению качества управленческих решений в условиях малого предпринимательства в сфере услуг. Поэтому нами выделены следующие направления использования метода структуризации для предприятий малого предпринимательства в сфере услуг:

- «для ранжирования и выявления приоритетности мероприятий;

- для выбора наилучших работ с позиции достижения целей;
- для формирования организационных структур управления;
- в программно-целевом планировании для выявления проблем».

Кроме того, использование указанного метода способствует разработке программ и планов, а также объединять ресурсы для реализации мероприятий, с целью достижения поставленных целей. Однако главным недостатком данного метода заключается в использовании метода экспертных оценок.

Поэтому некоторые ученые предлагают использовать аналитические методы системного анализа, основу которой составляет классическая математика⁸⁶. Данный метод также успешно использовался Ариповым О.Х.⁸⁷.

Анализ показывает, что, анализируя объект уровня его развития или потенциал, можно определить по совокупности признаков и построение шкалы количественной меры потенциала.

Для этого используется формула, имеющий такой вид:

$$C(t_i) = \frac{\sum_{j=1}^n \alpha_j \frac{X_{ij}}{\sigma_j}}{\sum_{j=1}^n \alpha_j \frac{X_j}{\sigma_j^*}} \cdot 100.$$

Следует отметить, что структуризация проблемы требует построение дерева целей, имеющая много уровней. В таблице 2.3. нами предложен алгоритм определения потенциала многомерного объекта малого предпринимательства.

⁸⁶ Шаланов Н.В. Системный анализ. Кибернетика. Синергетика: математические методы и модели. Экономические аспекты / Н.В. Шаланов. – Новосибирск: НГТУ, 2008. – 288 с.

⁸⁷ Арипов О.Х. Устойчивое развитие розничной торговой сети в условиях рыночной экономики: теория, методология, практика (на материалах Республики Таджикистан): дисс... докт.экон.наук:08.00.05/ Орифходжа Хабибуллоевич Арипов.-Душанбе, 2020.-254с.

Таблица 2.3.

Алгоритм определения потенциала малого предпринимательства в
сфере услуг

Основные этапы	Порядок расчета параметров
<p>I. Проведение комплексной оценки в разрезе блоков:</p>	<p>1.1. Когда x_{ijk} – значение j-го показателя k-го блока в году t_i изучаемого периода;</p> <p>1.2. Рассчитывается σ_{jk} – среднее квадратическое отклонение j-го показателя k-го блока;</p> <p>1.3. Рассчитывается стандартизованные значения показателей:</p> $Z_{ijk} = \frac{x_{ijk}}{\sigma_{jk}};$ <p>1.4. Задаются эталонные (целевые) значения показателей: x_{jk}^* – эталонное значение j-го показателя k-го блока;</p> <p>1.5. Рассчитывают стандартизованные значения эталонов:</p> $Z_{jk}^* = \frac{x_{jk}^*}{\sigma_{jk}};$ <p>1.6. Рассчитывается веса показателей в потенциальной функции:</p> $\alpha_{jk} = \frac{Z_{jk}^*}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_{jk}^*)^2}};$ <p>1.7. Вычисляются значения потенциалов по годам:</p> $y_{ik} = \sum_{j=1}^n \alpha_{jk} Z_{ijk};$ <p>1.8. Определяется эталонное значение потенциальной функции:</p> $y_k^* = \sum_{j=1}^n \alpha_{jk} Z_{jk}^*;$ <p>1.9. Даются комплексные оценки по годам:</p> $C_{ik} = \frac{y_{ik}}{y_k^*} \cdot 100;$
<p>II. Вычисление интегральной оценки:</p>	<p>2.1. Определяются веса блоков:</p> $\tilde{\alpha}_k = \frac{y_k^*}{\sqrt{\sum_{k=1}^m (y_k^*)^2}};$ <p>2.2. Определяются значения потенциальной функции по годам:</p>

	$\tilde{y}_i = \sum_{k=1}^m \tilde{\alpha}_k y_{ik};$ <p>2.3. Рассчитывается эталонное значение потенциальной функции:</p> $\tilde{y}^* = \sum_{k=1}^m \tilde{\alpha}_k y_k^*;$ <p>2.4. Определяется интегральная оценка по годам:</p> $\tilde{C}_i = \frac{\tilde{y}_i}{\tilde{y}^*} \cdot 100.$
--	---

Источник: составлено на основе Шаланов Н.В. Системный анализ. Кибернетика. Синергетика: математические методы и модели. Экономические аспекты / Н.В. Шаланов. – Новосибирск: НГТУ, 2008. – 288 с. ; Арипов О.Х. Устойчивое развитие розничной торговой сети в условиях рыночной экономики: теория, методология, практика (на материалах Республики Таджикистан):дисс...докт.экон.наук:08.00.05/ Орифходжа Хабибуллоевич Арипов.-Душанбе, 2020.-254с.

Важным считаем то, что $C(t_i)$, это уровень развития объекта, определенный по комплексу показателей. Ось - состояния объектов, т.е. вектор, парированный потенциальной функцией и показанной в векторной форме:

$$y_i = \sum_{j=1}^n \alpha_j Z_{ij}.$$

Уровень коэффициента α_j в записи потенциальной функции осуществляет ранжирование показателей по приоритету, где используется метод оптимального управления системой МФПД.

Система координат, построенная с точки (t_i, C_i) соединенная непрерывной линией, позволит получить фазовый портрет, являющийся двумерным представлением траектории развития многомерного динамического объекта.

Таким образом, аналитические методы системного анализа базируются на диалектическом методе дедукции, и их применение, являются обобщающим характером, а также выявляют недоработки, свойственные эвристическим методам, обеспечат объективность результативности

структуризации проблемы, которая позволит выявить факторы успеха в развитии предприятия малого предпринимательства в сфере услуг и проводит оптимальное управление этих предприятий.

Другим важным этапом является использование методики стратегического анализа в процессе разработки стратегии малого предпринимательства в сфере услуг (табл.2.4).

Таблица 2.4.

Методика стратегического анализа в процессе разработки стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг

Методики стратегического анализа	Этапы разработки стратегии				
	Разработка видения и миссии	Разработка стратегических целей	Выбор стратегии	Реализация стратегии	Оценка стратегии
PEST-анализ	+	+	+	-	-
SWOT-анализ	+	+	+	-	-
Анализ отрасли и конкурентный анализ	+	+	+	+	+
Позиционный анализ	+	+	+	+	+
Ресурсный анализ (SNW-анализ)	-	+	+	+	+
Стратегический стоимостный анализ	-	-	+	+	+
Диагностика системы управления	-	+	+	+	+
Диагностика организационной культуры	+	+	+	+	+

Источник: составлено автором на основе Басовкий Л.Е. Современный стратегический анализ/Л.Е. Басовкий. – М.: ИНФРА-М, 2013. - 255с.; Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – 6-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – СПб. : Питер, 2011. – 560 с.; Комплексный стратегический анализ устойчивого развития экономических субъектов /коллектив авторов; под ред. Е.В. Никифоровой. - М.: КНОРУС, 2019. - 162 с.

Анализ таблицы 2.4. показывает, что проведение стратегического анализа внешней и внутренней среды малого предпринимательства невозможно без отлаженной системы информационного обеспечения. В общем виде информационные источники подразделяются на внешние и внутренние.

К внешним источникам относят законодательные и нормативные документы, статистические данные, периодические издания, экономическую литературу, оценку независимых экспертов, сведения о рынках и т.д. К внутренним источникам относятся данные бухгалтерского и управленческого учета и отчетности, учредительные документы, техническая документация, аудиторские заключения и др.

На наш взгляд, использование проблемного подхода к стратегическому анализу развития малого предпринимательства в сфере услуг способствует предложению научно-обоснованную стратегию, и разработать приоритеты в перспективе на основе оптимизации ресурсов и повышения эффективности предоставляемых услуг в современных условиях углубления рыночных отношений.

2.3. Разработка организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг

Организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг – это часть системы управления, воздействующая на факторы, влияющих на эффективность деятельности управляемого объекта. Факторы управления организации сферы услуг делятся на внутренние и внешние (механизм взаимодействия с другими субъектами). Для предприятия предпринимательского типа сферы услуг характерно стремление к изменению состояния внешней среды в свою пользу, к приведению внутренних и внешних факторов в состояние взаимного

соответствия, к согласованию интересов. В этом направлении важное значение имеет организационно-экономический механизм управления. Поэтому для того, чтобы расширить понятия «механизм управления» необходимо изначально выявить значимость организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг.

По определению Круглова М.И. и Круглова Н.Ю. «...механизм управления, является составной частью системы управления, воздействующие на факторы, от которых зависит эффективность деятельности управляемого объекта»⁸⁸.

Новикова Д.А. считала, что «...механизм управления - это совокупность правил, процедуры и методики принятия решений»⁸⁹.

Известный российский ученый Ю.Г. Учитель рассматривает «механизм управления» в виде процесса, как текущее преобразование «входа» (информации) в «выход» (принятый решений). По его мнению, на «вход» поступает необходимая информация, для принятия управленческого решения а на «выходе» выработанные управленческие решения⁹⁰. Сверху параметры механизма поступают в механизм управления, а снизу поступают ресурсы.

На наш взгляд механизм управления – это важнейшая конструкция системы управления, который раскрывает основу специфики управленческого труда, разнообразный его инструментов в виде средств воздействия на предприятия.

Российский ученый Попов Г.Х. дал свое определение, что «...механизм управления, это централизованная система финансирования, кредитования, ценообразования, фонды, система стимулирования и оплаты труда»⁹¹.

⁸⁸Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент: учебник. - М.: Изд-во РДЛ. - 2003. - 464 с.

⁸⁹Новиков Д.А. Введение в теорию управления образовательными системами. - М.: Эгвес, 2009. - 156 с

⁹⁰Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с

⁹¹Попов Г.Х Эффективное управление (перспективы развития). - М.: 1976. - С. 40.

Мы считаем, что в его определении механизма управления, сопутствуют экономические отношения, то есть административно-командная система, где можно управлять только некоторыми хозяйствующими субъектами, следовательно, эти методы и инструменты управления нерезультативны, здесь необходимы специалисты в области управления, это менеджеры.

Михайлов Я.В. дал свою трактовку о том, что: «...механизм управления – это конкретный способ взаимодействия между субъектами и объектами управления»⁹², однако не анализировал важные направления, это цель, методы и инструментарии механизма управления.

Осипов Ю.М. считал, что «...механизм – это сущность включающаяся «цель + достижение цели»⁹³. Поэтому итог каждого механизма управления состоит в достижении конкретной цели.

Изучив работы отечественных ученых, было установлено, что профессор Кадыров Д.Б. сделал акцент на то, что: «...механизм считается как система, состоящая из различных элементов, форм и методов управления, поэтому необходимо рассмотреть эти элементы во взаимосвязи или принимать как единое целое»⁹⁴.

Значить механизм, это система, включающая дополнительные элементы, для достижения поставленной цели. Однако основным элементом считается субъект управления, использующий доступные средства и методы для достижения установленной цели.

Главный элемент механизма управления, это их субъекты, от них зависит результативность функционирования системы и ее элементов. Необходимо отметить, что государство и предприниматели, являются главными субъектами организационно-экономического механизма управления развитием предпринимательской деятельности в сфере услуг, а

⁹² Михайлов Я.В. Эффективный менеджмент. - М.: Гелан, 2001. - С. 36.

⁹³ Осипов Ю.М. Основы теории хозяйственного механизма. - М.: МГУ, 1994. - С. 24.

⁹⁴ Кадыров Д.Б. Доходы населения как фактор роста благосостояния. – Воронеж: ВГУ, 2004. – С. 130; 141.

также государство определяет принципы, формы, методы и инструментари влияния.

На рисунке нами приведена комплексная система механизма управления предприятием в общем виде.



Рисунок 2. Комплексная система механизма управления предприятиями сферы услуг (составлено автором)

В системе управления сферой услуг центральное место занимает организационно-экономический механизм. Основная цель организационно-экономического механизма управления развитием предпринимательской деятельности в сфере услуг, это формирование результативной

организационной структуры предприятия, способствующая предоставлению качественной услуги потребителям.

Поэтому нами была составлена модель средства воздействия и ее инструменты влияния субъектами управления над объектами (рис. 3).

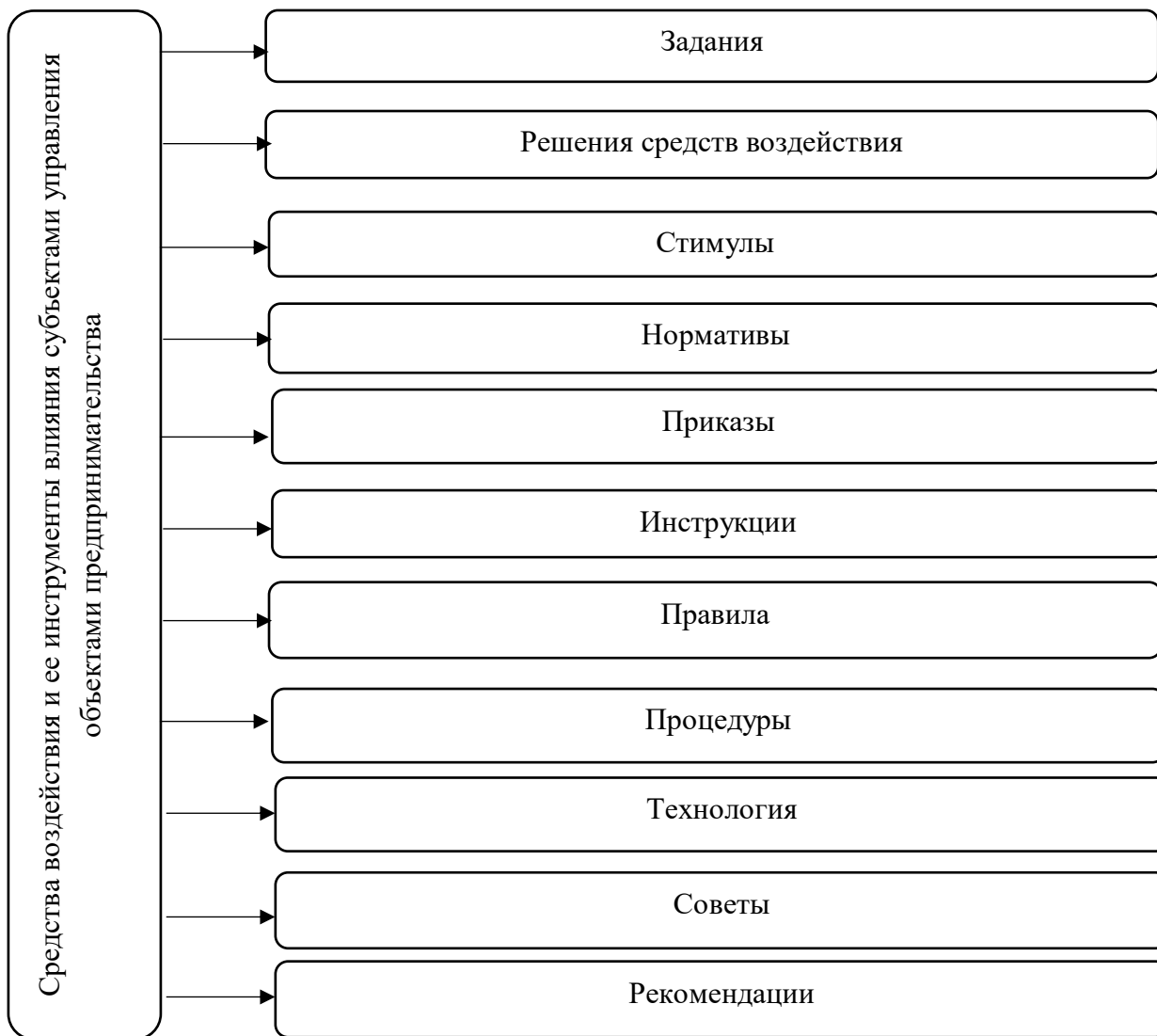


Рисунок 3. Существующая модель средства воздействия и ее инструменты влияния субъектами управления объектам предпринимательства (составлено автором)

Мы считаем, что организационно-экономический механизм управления развития малого предпринимательства в сфере услуг необходимо

рассматривать как комплексная система инструментов и средств, влияющих на деятельность предприятия, способствующие на рост их результативности.

Организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг формируется на структурах, имеющие потенциальные ресурсы, технологии и инновационные методы управления. Также для этого механизма необходимы инструменты поэтапного решения поставленных задач для достижения цели, где появляется возможность координировать виды деятельности некоторых субъектов, а также использование методов стимулирования для роста результативности деятельности.

Организационный механизм – это комплекс взаимосвязи между отраслями сферы услуг, которые происходят в процессе управления его деятельности.

Организационный механизм предпринимательской деятельности в сфере услуг объединяет все существующие ресурсы для решения определенных задач предприятий.

Исходя из вышесказанного, Туровец О.Г. отметил, что «...организационная деятельность решает основные задачи субъектов управления (повышение производительности, рациональное использование внутренних ресурсов предприятия, модификация внешних условий)»⁹⁵.

Осипова Ю.М. определила, что «организационный механизм - это комплекс организационных форм, методов необходимых для формирования, развития и совершенствования хозяйствующих субъектов»⁹⁶.

Для экономического механизма, основным является правильная постановка цели, учитывающая интересы общества, а ее задачи должны

⁹⁵ Туровец О.Г. Организация производства и управление предприятием. – М.: ИНФРА-М, 2014. – С. 54.

⁹⁶ Осипов Ю.М. Принципы хозяйственной самоорганизации. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – С. 41.

поэтапно используя средства и методы исследования реализовывать поставленные цели.

Экономический механизм содействует результативному функционированию предприятий сферы услуг, определяет их методы и инструменты и функции управления деятельности этих субъектов, а также финансирование и налогообложение предприятий в сфере услуг.

Анализируя выше предложенные трактовки об механизме управления хозяйствующего субъекта, нами дано авторское понятие, о том, что организационно-экономический механизм предпринимательской деятельности в сфере услуг - это комплекс отношений между субъектами и объектами регулирующие прямые и обратные связи, которые возникают между предприятиями в сфере услуг и другими госорганами, а также институциональными структурами для применения методов и средств воздействия на условия хозяйствования предпринимателей в этой сфере, направленные для удовлетворения спроса потребителей».

В предложенном нами определении выделены: объект, субъект, их формы и этапы для решения задач, где субъекты управления, это госорганы власти, а объект регулирования - деятельность обслуживающих предприятий.

Организационно-экономический механизм управления в сфере услуг содействует формированию комплексной инновационной инфраструктуре сферы (отрасли), минимизирует риски, поддерживает деятельность хозяйствующих субъектов. Исходя из этого нами был разработан организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг (рис.4).

Мы считаем, что на уровне предприятий должна формироваться стратегия целесообразного решения поставленных перед субъектами малого предпринимательства задач. Исходя из этого, необходимо разделить внешний и внутренний организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг.

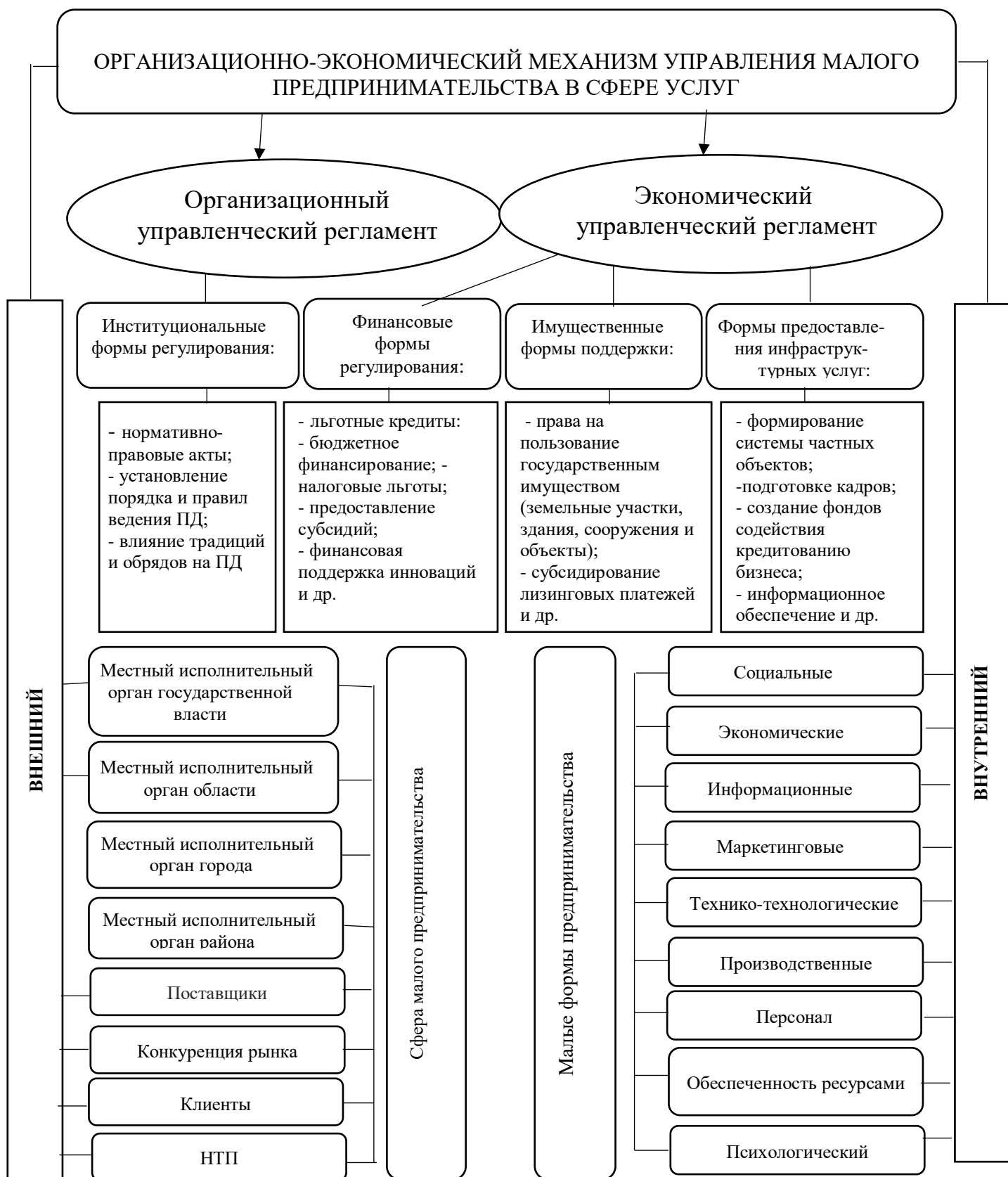


Рисунок 4. Блок-схема организационно-экономического механизма управления малого предпринимательства в сфере услуг (составлено автором)

Для результативного функционирования и развития организационно-экономического управления малого предпринимательства в сфере услуг, необходимо формирование целесообразной ее системы управления. Обобщающая оценка показала, что для изучения конкретной результативности в отраслях и сферах экономики, основным является не только процесс, явления, факты, тенденции и прогноз, но и формирование абстрактных решений, моделей и инструментов.

Изучив опыт формирования модели организационно-экономический механизм развития отраслей и сфер, нами было установлено, что для ее реализации основная роль отводится местному исполнительному органу государственной власти, местному исполнительному органу области, местному исполнительному органу города и местному исполнительному органу района, реализующие социально-экономическую политику, а также предопределяющие госрегулирование экономической деятельности.

Предложенный организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг подразделяется на два блока:

1-ый блок: организационный механизм - институциональные формы регулирования, охватывающие нормативно-правовые акты, условия и правила ведения предпринимательства, а также традиции и обряды;

2-ой блок: экономический механизм - финансовые формы регулирования, имущественные формы поддержки и предоставления инфраструктурных услуг.

Этот организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг позволит минимизировать риски, препятствовать угрозам, разрешать кризисные ситуации, а также создаст условия для формирования результативного функционирования малого предпринимательства в сфере услуг и эффективному функционированию предпринимательских структур.

Таким образом, организационно-экономический механизм управления малого предпринимательства в сфере услуг будет содействовать осуществлению нижеследующих направлений:

- самостоятельное владение их хозяйственной деятельностью, а также доступ к источникам инвестирования;
- права на собственность средств и финансовых ресурсов;
- создание экономического климата для обеспечения хозяйственного выбора;
- создание равноценной рыночной инфраструктуры для того, чтобы удовлетворить потребности потребителей.

Исходя из этого, мы считаем, что для формирования и развития социально-ориентированной экономики, необходима эффективная финансовая система, соответствующая современным требованиям инновационной и цифровой экономики, стимулированием деятельности этих субъектов разнообразной собственности.

Следовательно, диверсификация финансовой политики, при предоставлении налоговых льгот, усилении роли госконтроля, поддержки производителей в сфере услуг, а также при совершенствовании ее структуры, позволят стимулировать инвестиционную деятельность и развивать предпринимательскую деятельность. Кроме того, основным задачей государства является создание благоприятного инвестиционного климата, и создания условий для развития предпринимательских инициатив населения, а также реконструкцией инфраструктуры, оздоровлением социальной атмосферы, созданием стабильной законодательной базы, оптимизацией налоговой, таможенной систем, достижением устойчивости национальной валюты и др.

В целом, использование предложенного организационно-экономического механизма малого предпринимательства в сфере услуг позволит усовершенствовать систему управления предприятий, усилить

инвестиционные и инновационные процессы, улучшить материально-техническую базу, разработать и внедрить современную инновационно-информационную систему, повысить производительность труда и уровень качества жизни сотрудников на основе изучения тенденции современного состояния и развития малого предпринимательства и ее факторов в условиях Республики Таджикистан.

2.4. Методические аспекты функционирования и развития малых предприятий сферы услуг в условиях риска

Любой вид деятельности подвергается различными внешними и внутренними рисками, в том числе деятельность малых форм хозяйствующих субъектов сферы услуг. Риски, связанные с деятельностью отдельных сфер экономики, относятся к мезоэкономическим рискам.

Анализ различных источников, посвященных исследованию рисками, показал, что мезоэкономические риски, т.е. риски отдельных сфер экономики, значительно менее изучены по сравнению с макро- и микроэкономическими рисками, несмотря на то, что являются не менее важным в условиях современного экономического развития⁹⁷.

На наш взгляд, в теории анализа и оценки рисков не на достаточном уровне исследованы мезоэкономические риски. Исходя из этого, данные риски требуют более детального исследования. Необходимо подчеркнуть, что разделение рисков на отдельные сферы деятельности приводит к сближению теории к практике, исследование приобретает прикладного характера и становится более доступным и эффективным для любого хозяйствующего субъекта.

⁹⁷Грачева М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта. под ред. М.В. Грачевой. М.: Юнити-Дана, 2009. С. 544.

Необходимость комплексного управления рисками обусловлено неоднозначности и многосторонности рисков, в том числе их тесной взаимосвязью, и наличие таких характерных особенностей риска, как альтернативность, неопределенность, вероятность.

В процессе функционирования финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта возникновение рискованных ситуаций является неизбежным. Природа риска обусловлена неоднозначностью будущих событий⁹⁸. Любая финансово-хозяйственная деятельность, любое принимаемое решение предпринимателя подвергаются различным рискам, которые могут привести к неполучению ожидаемой прибыли, финансовыми или имущественными потерями вплоть до банкротства хозяйствующего субъекта.

Исходя из этого, в условиях рыночной экономики вопросы управления рисками являются актуальными - независимо от внешних и внутренних изменений финансово-хозяйственных условий, многочисленных факторов возникновения рисков, для достижения поставленных целей необходимо управлять рисками. Риск-менеджмент осуществляется на каждом хозяйствующем субъекте, но существует определенное различие: одна группа хозяйствующих субъектов оценивает результаты и последствия наступления рискованной ситуации, а другая группа занимается постоянной идентификацией, анализом, оценкой управления рисками. Другой способ можно назвать управлением рисками, и он является более эффективным, так как предприятие может при идентификации рисков минимизировать их, или избежать от этих рисков, что дает шанс минимизировать затраты предприятия.

Риск-менеджмент как сложный процесс, включает несколько ступеней. На первом этапе осуществляется идентификация потенциальных рисков: на предприятии идентифицируются основные возможные виды рисков,

⁹⁸ Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учеб. пособие. - М.: Дело и Сервис, 1999. - 112 с.

характерные данному виду и сфере деятельности. К идентификации рисков существует два подхода: консервативный и прогрессивный.

Сущность консервативного подхода заключается в том, что идентификация рисков осуществляется один раз в год или при необходимости два или три раза в год. Обычно при применении консервативного метода определение или оценка рисков проводятся после наступления события, которое привело к потерям.

Практика показывает, что инвестиции в процессе управления рисками не приносят желаемого результата, так как риск-менеджмент не является неотъемлемой частью процесса принятия управленческих решений. Руководители многих предприятий не воспринимают необходимость организации риск-менеджмента, потому что они смогут легко преодолеть возможные рискованные ситуации. Но они не представляют себе масштаб и опасности наступления какого-либо рискованного события, они не только не выявляют потенциальных рисков, но и не считают, что необходимо защититься от последствий рискованных ситуаций.

Прогрессивный подход предполагает непрерывный процесс идентификации возможных рисков, в котором участвуют все сотрудники предприятия, руководство осуществляет необходимую координацию.

На наш взгляд, процесс идентификации возможных рисков можно разделить на две стадии. В первой стадии осуществляется ознакомление с общей картиной деятельности предприятия: выявляются объекты, наиболее подверженные рискам, и выявляются наиболее существенные и опасные риски. После этого анализируются подразделения и виды рисков, которые характерны их деятельности. Например, на наш взгляд, для производственного подразделения важным риском может быть авария, несвоевременная поставка сырья и материалов.

В практике можно выделить несколько методов идентификации рисков: анкетирование, интервьюирование, экспертная оценка, аудит рисков.

Анкетирование обычно проводится на первых этапах выявления рисков. Преимуществом данного метода является ее анонимность. Выборка респондентов может быть ограничена как отдельным структурным подразделением, так и может включать сотрудников всего предприятия. По итогам анкетирования риск-менеджеры проводят анализ полученных данных и формируют группы оценки рисков, осуществляют ранжирование, выбирают наиболее значимые риски.

Сущность метода интервьюирования заключается в личном общении с сотрудниками хозяйствующего субъекта, что позволяет более точно оценить факторов риска и сэкономить время при заключительном анализе и подведение результатов. Мы считаем, что в случаях, когда невозможно или затруднительно провести наиболее точный математический расчет вероятности наступления рискованных ситуаций, будет разумным в процессе интервью задать рамки возможных ответов, например, вероятная возможность изменений законодательства - 5-15%⁹⁹.

В процессе интервьюирования можно получить необходимую информацию о проблемах в системе внутреннего контроля, недостатках в работе отдельных служб, причинах, заставивших сотрудника принять какое-либо решение. После выявления проблем руководством принимаются некоторые меры в организации деятельности хозяйствующего субъекта, например, ротации кадров, организация курсов по повышению квалификации работников, изменения процедуры документооборота и т.д.

Метод интервьюирования подходит для идентификации рисков в отдельном подразделении или на небольшом предприятии, когда можно ограничиться незначительным количеством анкетированных, или при повторной диагностике. Анализ полученных результатов по методу

⁹⁹ Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учеб. пособие. - М.: Дело и Сервис, 1999. - 112 с.

интервьюирование проводится аналогично анализу в процессе метода анкетирования.

Особенность методом экспертной оценки заключается в том, что они пользуются для анализа конкретных бизнес-проектов. Лучше проводить опрос нескольких внутренних и, при необходимости, внешних экспертов, поскольку оценка вероятности наступления рисков события отчасти носит субъективный характер. На наш взгляд, для более эффективной идентификации возможных рисков необходимо привлекать профильных экспертов, так как привлечение специалистов, знающих специфику конкретной отрасли, защитит предприятие от того, что отдельные операционные риски не будут учтены.

Суть метода риск-аудита состоит в получении информации о фактическом положении дел на основе данных проверок, ревизий, анализа. Использование этого метода предусматривает оценку уже существующих процедур управления рисками¹⁰⁰. Риск-аудит позволяет выявить сильные и слабые стороны процедур контроля и направления их развития. По нашему мнению, метод риск-аудит является наиболее эффективным.

После идентификации потенциальных рисков осуществляется их оценка. Методы оценки рисков делятся на две группы: качественные и количественные.

Количественная оценка рисков проводится с помощью многочисленных статистических методов, имитационные модели, сценарные анализы и т.д. Например, оценка финансовых рисков проводится методами расчета рисков стоимости и имитационное моделирование (метод Монте-Карло).

Качественная оценка проводится с помощью шкале ущерба - от незначительного, малого, среднего, крупного до значимого.

¹⁰⁰ Грачева М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта. под ред. М.В. Грачевой. М.: Юнити-Дана, 2009. С. 544.

Даморан А. Премия за риск // Дамодарн он-лайн. URL: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar>

На основе обобщения различных взглядов можно выделить определенные проблемы, которые являются общими или характерными для экономики многих стран. В том числе:

- сильное развитие и распространение монополизации экономики в целом;
- очень активное участие государства в отраслях сферы услуг, особенно в жилищно-коммунальном хозяйстве, сферы образования, здравоохранения и т.п.);
- применение административных методов и инструментов при установлении цен и тарифов на многие виды товаров и услуг;
- большая доля социальных услуг в общем объеме услуг, предоставляемых хозяйствующими субъектами сферы услуг;

Характерными чертами риск-менеджмента в сфере услуг зависят от отраслевых особенностей видов услуг. На наш взгляд, рыночные изменения, которые проходят в отраслях сферы услуг, условно можно подразделять на отдельные виды:

- расширение потенциала первичных спросов;
- реализация новой техники и технологии, которые приводят к изменению имеющихся видов услуг;
- расширение секторов маркетинговых услуг;
- уточнение рынка, который отдает предпочтение видов услуг, характеризующихся системным подходом¹⁰¹.

Изменение или реформы, которые проходят в отраслях сферы услуг формируют возможные риски для эффективной деятельности хозяйствующих субъектов. Конкурентоспособность услуг на внешние рынки зависит, прежде всего, от их качества и цены, привлекаемых для их производства и продажи.

¹⁰¹ Грачева М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта. под ред. М.В. Грачевой. М.: Юнити-Дана, 2009. С. 544.
Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. С. 1342.

Международные торговые услуги сильно взаимодействует с международным движением капиталов, рабочими силами, что содействует развитию банковских, инновационных, транспортных и иных видов услуг. Также, расширение мировых товарных рынков, увеличение капитала, рабочие силы способствуют развитию международного рынка услуг.

Реформы, которые проходят на мировом рынке, формируют возможные риски для субъектов внешнеэкономической деятельности, что предполагает риск-менеджмента в маркетинговой деятельности предприятий сферы услуг. Следовательно, в нынешних условиях разработка методологии риск-менеджмента, без которой не представляется возможным эффективная реализация маркетинговых услуг, становится более актуальным.

На наш взгляд, основными видами рисков, характерных для малого предпринимательства в сфере услуг являются¹⁰²:

- системный риск, который показывает степень отклонений полученных результатов предприятий отрасли по отношению к полученным результатам субъектов экономики;

- внутриотраслевой риск конкурентной среды, величина которого зависит от уровня препятствий входа на рынок, ценовой и неценовой конкуренции на уровне предприятий данной отрасли, альтернативные виды услуг, государственного регулирования маркетинговой деятельности на предприятиях отрасли;

- риск жизненного цикла сферы услуг, идентификация, анализ, и оценка которого дает возможность ранжировать отрасли сферы услуг исходя из уровня рисков, которые характерны данной отрасли;

- риск обслуживания, который включает потребительский, финансовый, производственный, инновационный, социальный и другие виды рисков.

¹⁰²Исмагилов Р.Х., Гирипова Г.Ф. Алгоритм оценки рисков инвестиционных и инновационных проектов. URL: <http://www.econ.asu.ru>

Каранина Е.В. Оптимизация процесса систематизации и оценки рисков предприятия в кризисных условиях // Вестник Пермского университета. Выпуск 4(7): Раздел 4. Оценка рисков. 2010.

Мы считаем, что уровень потребительских рисков в сфере услуг зависит, прежде всего, от неопределенности, вероятности и цены услуг, а также от уровня смелости покупателя, т.е. в зависимости его знаниями, умениями, наличие финансовых ресурсов, опытом и менталитетом.

Чтобы построить модели риск-менеджмента нам необходимо осуществлять поиск оптимального решения.

Использование функции сравнения позволяет соотнести риски с отдельными критериями, определить отличия от конкретной рискованной степени.

Основная цель оценочной функции риска является идентификация причин и факторов отклонения фактически полученных результатов от заранее установленных показателей, разработка определенных мер, направленных управления рисками.

Поисковая функция риска предполагает проведение детального изучения рисков для проведения тщательного анализа и оценки.

Мы считаем, что с целью выбора приемлемого метода оценки рисков необходимо проанализировать экономические и финансовые результаты деятельности хозяйствующего субъекта, учесть наличие многочисленных факторов риска. В процессе выбора метода оценки рисков следует соблюдать некоторые принципы, как:

- наличие информации в необходимом объеме, что позволит использовать точную информацию;
- инвариантности информации - означает, что параметры информация, которая используется, не должен быть изменен;
- корректность информации - означает, что структура и точности входной и требуемой выходной информации;

- экономичности оценки - означает, что в модели должны быть учтены только те условия, которые являются важными для этого объекта¹⁰³.

Мы считаем, что правильная оценка степени потенциальных рисков дает возможность объективно прогнозировать объем возможных ущербов и разработать мероприятия по их предотвращению или возмещению.

На наш взгляд, самыми важными задачами обеспечения экономической безопасности предприятий в сферы услуг являются:

- предотвращение потенциального убытка;
- организация защиты интересов хозяйствующих субъектов;
- защиты работников и собственности от различных возможных рисков;
- рациональное использование экономических, финансовых, и материальных средств;

- идентификация и предупреждения определенных видов нарушения закона, предотвращение причин и факторов риска; недопущение непредвиденных ситуаций или уменьшения их отрицательных результатов¹⁰⁴.

Направления и сферы деятельности предприятия, полномочия ее руководства по проблемам защиты экономических интересов, отношений с органами правопорядка, наличия службы экономической безопасности может подвергаться определенным рискам:

- утрата материальных средств и ценностей;
- результатов непредвиденных ситуаций, имеющих природной и технической характеристик;
- незаконному входу конкурентов для получения документов, являющейся коммерческой тайны;
- заражению компьютерных программ различными вирусами;

¹⁰³Исмагилов Р.Х., Гирипова Г.Ф. Алгоритм оценки рисков инвестиционных и инновационных проектов. URL: <http://www.econ.asu.ru>

Кобилев А.Г., Лачин, Ю.В. Оценка риска при планировании инвестиций на предприятии // Экономический Вестник Ростовского государственного университета. 2008. №1. С. 168-170.

¹⁰⁴Кошечкин С.А. Методы количественного анализа риска инвестиционного проекта URL: <http://www.aup.ru>

- переходу большинства работников в конкурирующие предприятия;
- использованию недобросовестной конкуренции¹⁰⁵.

На наш взгляд, по этому направлению важной проблемой считается наличие различных методов оценке видов услуг. Иногда очень трудно однозначно оценить виды услуг, так как они неоднозначно воспринимаются покупателям. Изменение потребностей покупателей становится фактором возникновения других сложностей в данном направлении.

Необходимо отметить, что в отраслях сферы услуг иногда не удается осуществлять стандартизацию и унификацию качества услуг. Причинами этого является многогранность оценки услуг. Проявление покупателя зависит от взаимоотношения между заказчиком и продавцов. Следовательно, при оценке риска продавец должен уточнить экономическую выгоду предоставляемых услуг.

При исследовании риск-менеджмента как систему, можно выделить две составляющие:

- объект управления или управляемую подсистему;
- субъект управления или управляющую подсистему.

В объект управления включаются риски, рискованные вложения капитала, отношения между хозяйствующими субъектами, которые возникают в ходе менеджмента риска. Отдельные сотрудники предприятия могут выступать как субъект менеджмента рисками, и посредством специальных инструментов целенаправленно воздействуют на объект управления.

Методы риск-менеджмента включают методiku создания рискованного профиля хозяйствующего субъекта. Разработанная нами система риск-менеджмента формирует основы разработки маркетинговой стратегии с

¹⁰⁵Исмагилов Р.Х., Гирипова Г.Ф. Алгоритм оценки рисков инвестиционных и инновационных проектов. URL: <http://www.econ.asu.ru>

Каранина Е.В. Оптимизация процесса систематизации и оценки рисков предприятия в кризисных условиях // Вестник Пермского университета. Выпуск 4(7): Раздел 4. Оценка рисков. 2010.

Кобилев А.Г., Лачин, Ю.В. Оценка риска при планировании инвестиций на предприятии // Экономический Вестник Ростовского государственного университета. 2008. №1. С. 168-170.

учетом характерных черт рынка услуг и содействует более полное применение комплекса маркетинговых мероприятий на рынке услуг, что способствует повышению социально-экономической эффективности деятельности предприятий Республики Таджикистан в сфере услуг.

Мы считаем, что в процессе создания системы риск-менеджмента необходимо учесть концепцию стратегических окон. Данная концепция, предполагает существованию только отдельных периодов, когда разработанная система риск-менеджмента является приемлемой. Следовательно, основные мероприятия по риск-менеджменту должны совпадать по времени с моментом, когда стратегическое окно открыто. Также наоборот, уменьшить меры по риск-менеджменту надо планировать в случаях, когда рыночные изменения превосходят способность хозяйствующего субъекта приспособляться к ним.

В ходе разработки программы действия по уменьшению степени рисков необходимо учесть и психологическое восприятие риска. Следовательно, кроме математической обоснованностью решений, также надо учесть психологические особенности покупателя, которые проявляются в ходе принятия и применении рискованных решений.

В практике существует общепринятая последовательность разработки и анализа инвестиционного проекта. В независимости от разнообразия инвестиционных проектов, их анализ можно проводит по следующей схеме (рис.5).

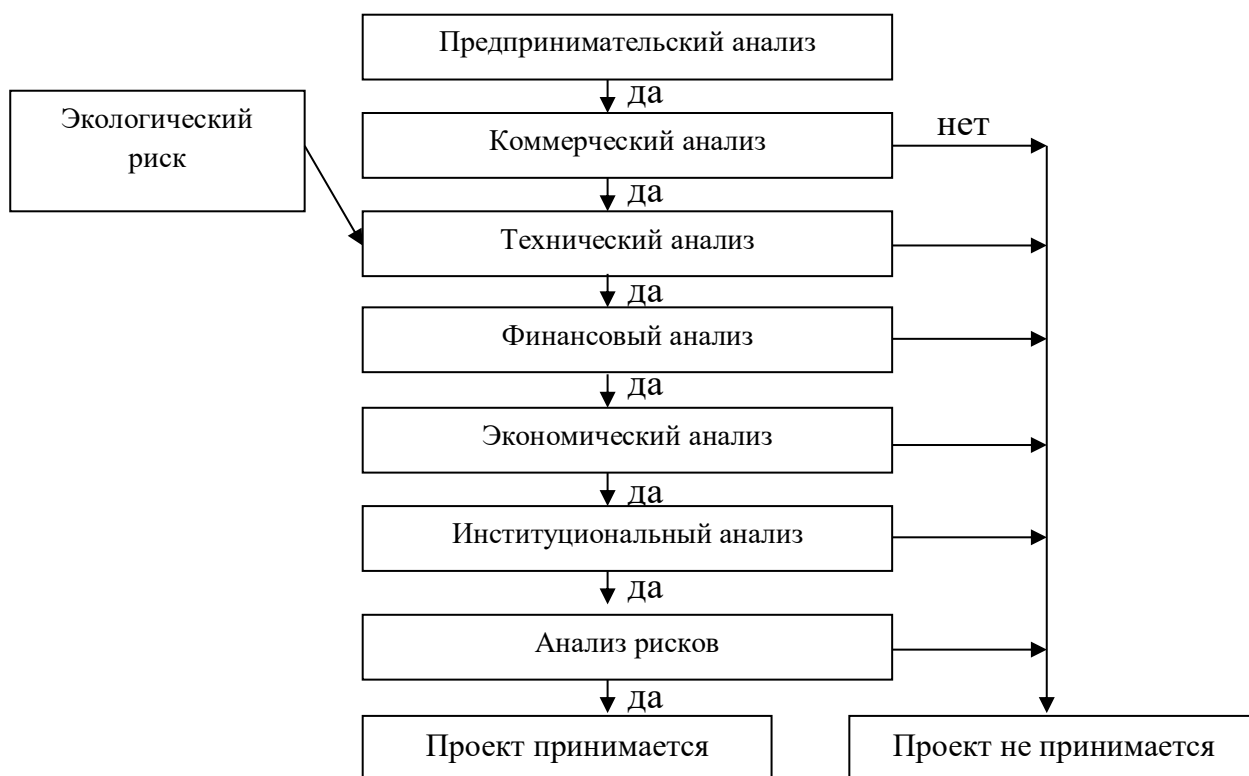


Рисунок 5. Алгоритм оценки инвестиционного проекта (составлено автором)

Основными качественными методами оценки рисков являются: метод экспертных оценок; метод целесообразности затрат; метод аналогий и т.д.

Метод экспертных оценок. Этот метод включает трех основных элементов. Первый элемент является интуитивно-логический анализ задачи, и формируется лишь на интуитивных предположениях некоторых экспертов. При этом, гарант правильности и объективности результатов непосредственно зависит от уровня знаний и опыта экспертов. Второй элемент заключается в выдаче конкретных решений оценки экспертам. На данном этапе заканчивается работа экспертов. По завершению работы экспертам принимается решения о целесообразности работы по данному объекту. На третьем этапе осуществляется обработка полученных результатов. Чтобы получают итоговую оценку, надо обработать все оценки, полученные от экспертов, затем дать объективную оценку и принимать решение по данному объекту.

Более важным методом экспертных оценок является метод Дельфа. Данный метод позволяет быстро искать решений и в итоге принимать наиболее лучшее решения. Применение этого метода дает возможность избегать противоречий среди экспертов, и получить объективные решения.

Метод уместности и целесообразности затрат. Сущность этого метода заключается в определении факторов и причин перерасхода вложенных средств в объект. Наиболее важными таких факторов являются:

- неполная оценка стоимости объекта в целом или его отдельных этапов;
- изменение некоторых характеристик объекта, который приведет к непредвиденным результатам;
- увеличение стоимости объекта по причине инфляции либо изменения налогового и таможенного законодательства.

Методы количественных анализов рисков. С целью анализа рисков инвестиционных проектов, самыми важными являются следующие методы количественного анализа:

- анализ чувствительности;
 - метод сценариев;
 - имитационное моделирование (метод Монте-Карло);
 - метод корректировки ставки дисконтирования;
- дерево решений.

Метод сценариев. Сущность этого метода заключается в уточнении всех возможных условий реализаций проекта, а также уточнении возможных результатов и показателей эффективности. Данный метод состоит из нескольких определенных периодов:

- возможен минимум три варианта сценариев: пессимистический, оптимистический, реалистический;
- первичная информация превращается в информацию о вероятности некоторых условий применения и отдельных показателей эффективности.

Полученные данные позволяют определить показатель экономической эффективности проекта. При точной известности вероятности наступления того или иного события, который отражен в сценарии, ожидаемый интегральный эффект проекта рассчитывается по следующей формуле:

$$NPV_{ожид} = \sum_{i=1}^n NPV_i p_i \quad (2.3)$$

Где: NPV_i - интегральный эффект при реализации i -ого сценария

p_i - вероятность этого сценария

Так, риск неэффективности проекта ($P_{\text{э}}$) будет оцениваться как общая вероятность сценариев (k), при которых ожидаемая эффективность проекта (NPV) будет негативным:

$$P_{\text{э}} = \sum_{k=1}^m p_k \quad (2.4)$$

Средний ущерб от реализации проекта в случае его неэффективности ($Y_{\text{э}}$) определяется по формуле:

$$Y_{\text{э}} = \frac{\sum_{k=1}^m |NPV_k| p_k}{\sum_{k=1}^m p_k} \quad (2.5)$$

На наш взгляд, главным недостатком метода сценарного анализа является не выделение фактор учета лишь некоторых потенциальных результатов по инвестиционному проекту, но на практике количество потенциальных исходов намного меньше.

Таким образом, применение методов риск-менеджмента имеют практическое значение, если их целесообразно примет применять в ходе принятия конкретных решений в процессе деятельности хозяйствующих сферы услуг. Научно обоснованная методологическая база позволит внедрить систему риск-менеджмента в большинстве предприятий сферы услуг Республики Таджикистан, улучшат их инвестиционную привлекательность, послужит предпосылкой для обеспечения конкурентоспособности сферы услуг.

Выводы по второй главе

Во второй главе диссертации изучены методологические подходы к анализу функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг на основе применения проблемного подхода к стратегическому анализу развития и разработан организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг.

В диссертации автор в методологическом плане акцентирует внимание на решение следующих задач: нахождение и изучение закономерностей развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг, а также информационное обеспечение его управления для разработки и внедрения инновационных видов; исследование процесса комплексного развития малого предпринимательства в сфере услуг в стратегической перспективе, учитывая влияние внутренних и внешних факторов.

Функционирование и развитие малого предпринимательства в сфере услуг требует всестороннего учета особенностей их становления, выбора критерий для рационального размещения предприятий, оптимизации взаимоотношений между различными формами малого предпринимательства и государства, влияния предпринимательства на развитии территориальных образований, определении валового внутреннего продукта, решения социальных задач и др.

Кроме того, в диссертации уточнены инструменты стратегического анализа в предприятиях сферы услуг, которые способствуют разработке стратегии их развития на перспективу. Стратегический анализ позволяет оценить взаимодействие субъектов малого предпринимательства со внешней бизнес-средой и ее факторами, которые позитивно или негативно влияют на развитие. Эффективный стратегический анализ дает предприятию информацию об ее деятельности, оценивает влияние на положение предприятия, а также определяет угрозу или продвижение в перспективе.

Решение задач системного анализа обеспечиваются на основе использования метода структуризации, позволяющих созданию новых идей, выявлять новейшие пути решения изучаемой проблемы, которые свойственны разным уровням планирования и управления малого предпринимательства в сфере услуг. Автор считает, что данный метод способствует повышению качества управленческих решений в условиях малого предпринимательства. Поэтому в работе выделены следующие направления использования метода структуризации для субъектов малого предпринимательства: для ранжирования и выявления приоритетности мероприятий; для выбора наилучших работ с позиции достижения целей; для формирования организационных структур управления; в программно-целевом планировании для выявления проблем.

В диссертации организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства определяется часть системы управления, воздействующая на факторы, влияющих на эффективность деятельности управляемого объекта. Для субъектов малого предпринимательства в сфере услуг характерно стремление к изменению состояния внешней среды в свою пользу, к приведению внутренних и внешних факторов в состояние взаимного соответствия, к согласованию интересов.

Организационно-экономический механизм малого предпринимательства в сфере услуг формируется на структурах, имеющие потенциальные ресурсы, технологии и инновационные методы управления. Также для этого механизма необходимы инструменты поэтапного решения поставленных задач для достижения цели, где появляется возможность координировать виды деятельности некоторых субъектов, а также использование методов стимулирования для роста результативности деятельности.

По мнению автора, организационный механизм – это комплекс взаимосвязи между отраслями сферы услуг, которые происходят в процессе

управления его деятельности. Он объединяет все существующие ресурсы для решения определенных задач предприятий. В свою очередь, экономический механизм содействует эффективному функционированию предприятий сферы услуг, определяет их методы, инструменты и функции управления деятельностью этих субъектов, а также финансирование и налогообложение.

Анализируя предложенные трактовки об механизме управления хозяйствующего субъекта, в диссертации дано авторское определение организационно-экономического механизма малого предпринимательства в сфере услуг как комплекса отношений между субъектами и объектами, регулирующие прямые и обратные связи, которые возникают между предприятиями в сфере услуг и другими госорганами, а также институциональными структурами для применения методов и средств воздействия на условия хозяйствования предпринимателей в этой сфере, направленные для удовлетворения спроса потребителей.

В предложенном автором определении выделены объект, субъект, их формы и этапы для решения задач, где субъекты управления, это государственные органы власти, а объект регулирования - деятельность обслуживающих предприятий. Организационно-экономический механизм управления в сфере услуг содействует формированию комплексной инновационной инфраструктуры сферы, минимизирует риски, поддерживает деятельность хозяйствующих субъектов.

Исходя из этого в работе разработана блок-схема организационно-экономического механизма управления малого предпринимательства в сфере услуг.

Для эффективного функционирования и развития организационно-экономического механизма малого предпринимательства в сфере услуг, необходимо формирование целесообразной ее системы управления. Обобщающая оценка показала, что для изучения конкретной результативности в отраслях и сферах экономики, основным является не

только процесс, явления, факты, тенденции и прогноз, но и формирование абстрактных решений, моделей и инструментов.

Предложенный автором организационно-экономический механизм малого предпринимательства малого предпринимательства в сфере услуг подразделяется на два блока: организационный механизм – институциональные формы регулирования, охватывающие нормативно-правовые акты, условия и правила ведения предпринимательства, а также традиции и обряды; экономический механизм – финансовые формы регулирования, имущественные формы поддержки и предоставления инфраструктурных услуг.

Организационно-экономический механизм малого предпринимательства в сфере услуг позволит минимизировать риски, препятствовать угрозам, разрешать кризисные ситуации, а также создаст условия для формирования устойчивого функционирования малого предпринимательства в сфере услуг и эффективной деятельности предпринимательских структур.

Автор считает, что применение предложенного организационно-экономического механизма управления малого предпринимательства в сфере услуг позволит совершенствовать систему управления предприятий, усилить инвестиционные и инновационные процессы, улучшить материально-техническую базу, разработать и внедрить современную инновационно-информационную систему, повысить производительность труда и уровень качества жизни сотрудников на основе изучения тенденций современного состояния и развития малого предпринимательства и ее факторов в условиях Республики Таджикистан.

В работе также рассмотрены методические аспекты функционирования и развития малых предприятий сферы услуг в условиях риска, обоснованы основные методы оценки риска и пути его снижения в современных условиях.

ГЛАВА III. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

3.1. Тенденции развития малого предпринимательства в сфере услуг в современных условиях

В условиях рыночной экономики Республики Таджикистан, основная задача сферы услуг, это стабильность рынка, где уже существующие предприятия и особенно один из сегментов малого предпринимательства обслуживающие население, должны разработать и внедрить инновационные услуги, для выживания в конкурентной борьбе с уже действующими предприятиями на рынке услуг, а также необходимо увеличивать объемы оказываемых услуг.

Кроме того, малое предпринимательство имеет важное значение в решении экономических и социальных задач, влияет на рост валового внутреннего продукта Республики Таджикистан, а также повышает уровень благосостояния общества. В «...Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» на странице 76 отмечено, что «...специфическими приоритетами являются поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городах и селах рассматривается как эффективный путь», а также его дальнейшее развитие повлияет: «...для снижения бедности и обеспечения доступа населения, особенно сельского, к социальным благам, так и для общего развития экономики, в первую очередь, малого предпринимательства».

В современных условиях ведения бизнеса актуальными стали создание предприятий малых и средних форм, в особенности в сфере услуг, а также ее роль в формировании ВВП.

Нами было изучено состояния хозяйствующих субъектов Республики Таджикистан на 01.01.2021 год (табл. 3.1 и рис. 5-9).

Таблица 3.1.

Характеристика состояния хозяйствующих субъектов Республики
Таджикистан на 01.01.2021 год

Показатели	Всего по республике	ГБАО	Хатлонская область	Согдийская область	Душанбе	РПП
Всего по Республике Таджикистан	641041	11877	173129	220171	116231	119633
в процентах	100,0	1,9	27,0	34,3	18,1	18,7
В том числе:						
Всего юридические лица	47639	1870	14021	12187	11708	7853
Филиалы и представительства иностранных юридических лиц	608	5	27	62	479	35
Индивидуальные предприниматели	592794	10002	159081	207922	104044	111745
Действующие						
Юридические лица	35392	1806	10314	9596	8097	5579
Филиалы и представительства иностранных юридических лиц	373	4	15	43	288	23
Индивидуальные предприниматели	304041	4328	96562	111401	34903	56847
Ликвидированные						
Юридические лица	12247	64	3707	2591	3611	2274
- в процентах от общего числа	25,7	3,4	26,4	21,3	30,8	29,0
Филиалы и представительства иностранных юридических лиц	235	1	12	19	191	12
в процентах от общего числа	38,7	20,0	44,4	30,6	39,9	34,3
Индивидуальные предприниматели	288753	5674	62519	96521	69141	54898
в процентах от общего числа	48,7	56,7	39,3	46,4	66,5	49,1

Рассчитано автором на основании: Статистический ежегодник. Республики Таджикистан.- Душанбе: АСПРТ, 2020.-215с. Таджикистан: 30 лет государственной независимости статистический сборник.-Душанбе: АСПРТ, 2021.-347с.

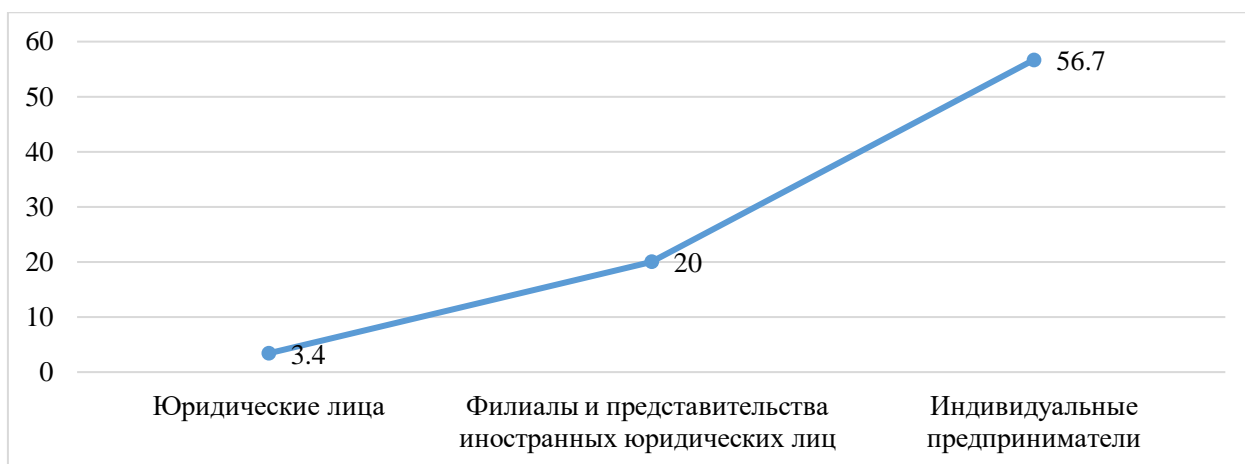


Рисунок 5. Динамика состояния хозяйствующих субъектов ГБАО на 01.01.2021г.



Рисунок 6. Динамика состояния хозяйствующих субъектов Хатлонской области на 01.01.2021г.

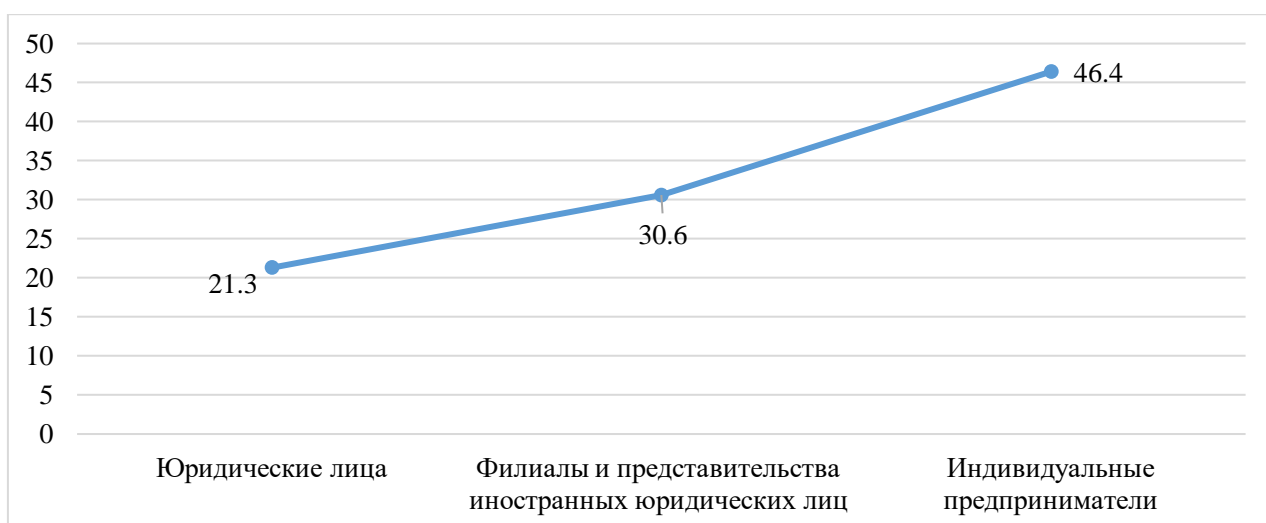


Рисунок 7. Динамика состояния хозяйствующих субъектов Согдийской области на 01.01.2021г.



Рисунок 8. Динамика состояния хозяйствующих субъектов г. Душанбе на 01.01.2021г.

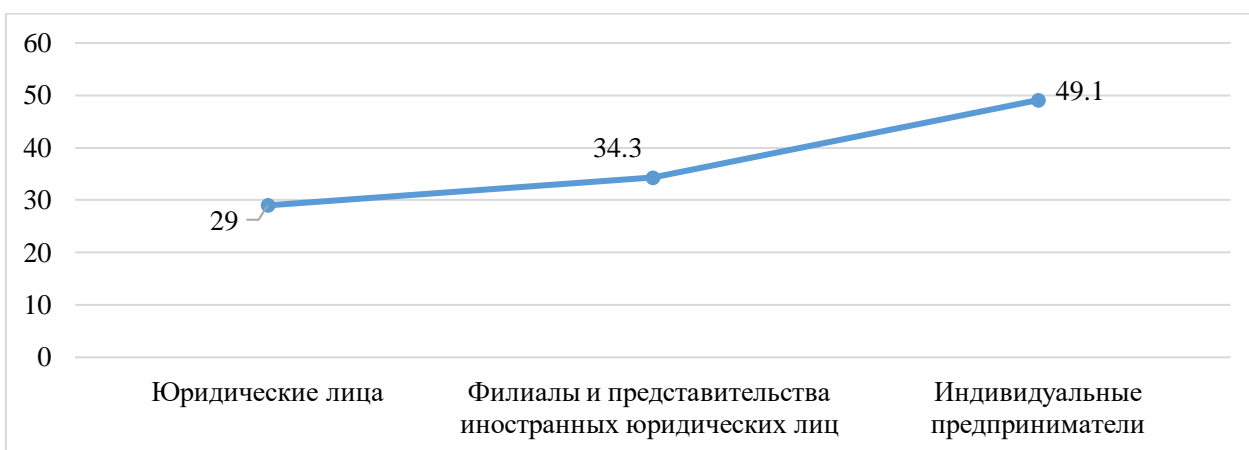


Рисунок 9. Динамика состояния хозяйствующих субъектов РРП на 01.01.2021г.

Из таблицы 3.1 и на рисунках 5-9 видно, что в Таджикистане произошел рост количества хозяйствующих субъектов на 01.01.2021 год, соответственно в Согдийской области на 34,3%; Хатлонской области 27,0%; РРП на 18,7%; г. Душанбе на 18,1%; ГБАО на 1,9%. В том числе полученные результаты показали, что по республике индивидуальные предприниматели составляли – 92,47%; юридические лица – 7,43%; а филиалы и представительства иностранных юридических лиц – 0,10%.

Также изучена динамика ликвидации субъектов предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан на 01.01.2021 год (рис. 10).

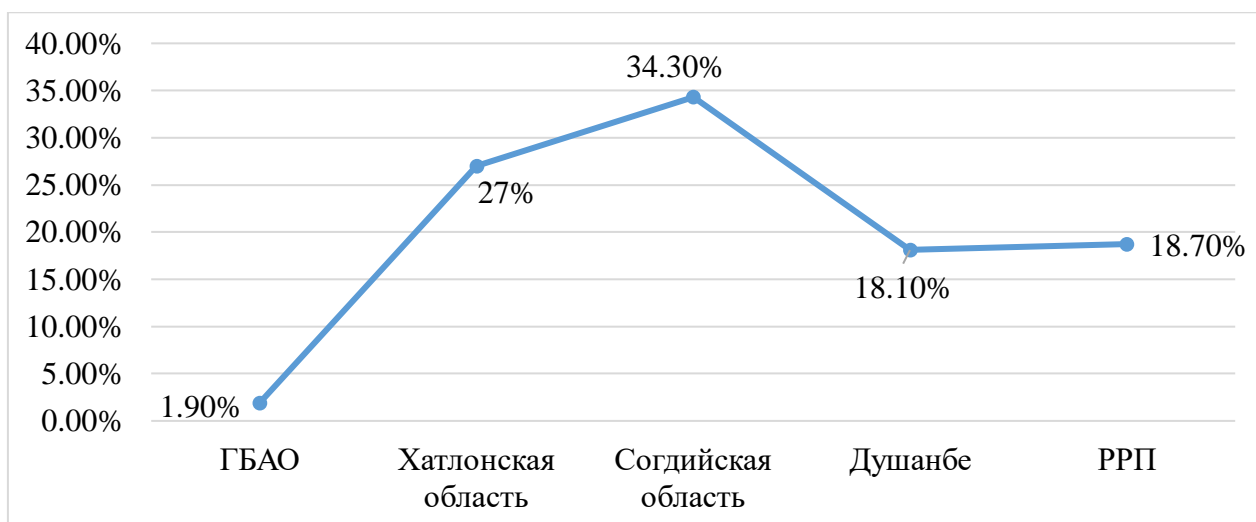


Рисунок 10. Динамика ликвидации субъектов предпринимательской деятельности Республики Таджикистан на 01.01.2021 год

Данные таблицы 3.1 и рисунка 10 показали, что в республике произошла отрицательная динамика ликвидации субъектов предпринимательской деятельности, соответственно уменьшились индивидуальные предприниматели на 48,7%; филиалы и представительства иностранных юридических лиц на 38,7%; а юридические лица на 25,7%. По регионам республики, соответственно составили: юридические лица в ГБАО - 13,4%; в Хатлонской области - 26,4%; в Согдийской области - 21,3%; в г. Душанбе - 30,8%; в РРП - 29,0%; филиалы и представительства иностранных юридических лиц составили в ГБАО - 20,0%; в Хатлонской области - 44,4%; в Согдийской области - 30,6%; в г. Душанбе - 39,9%; в РРП - 34,3%; индивидуальные предприниматели составили в ГБАО – 56,7%; в Хатлонской области – 39,3%; в Согдийской области – 46,4%; в г. Душанбе – 66,5%; в РРП – 49,13%. Полученные результаты по ликвидации предприятий являются главным сигналом для государства для принятия решений в области оптимизации и адаптации программ поддержки субъектов бизнеса.

Следует отметить, что нами проведен анализ основных показателей деятельности малых предприятий в Таджикистане (табл. 3.2).

Таблица 3.2.

Динамика основных показателей деятельности малых предприятий в

Таджикистане за 2014-2020 годы

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020г. к 2014г., в %
Число действующих малых предприятий, ед.	5394	5176	4919	4455	4 901	5 391	5805	107,62
Среднесписочная численность работающих (без совместителей), человек	3021	2836	21368	18916	20 808	22 888	27 237	9 раза
Выручка от реализованной продукции (работ, услуг за год, млн. сомони)	5501,6	6170,9	3793,1	4351,7	4 787	5 266	6 266	113,9%
Фонд оплаты труда (включая совместителей), млн. сомони	318,5	329,1	216,5	218,8	241	265	315	98,9%

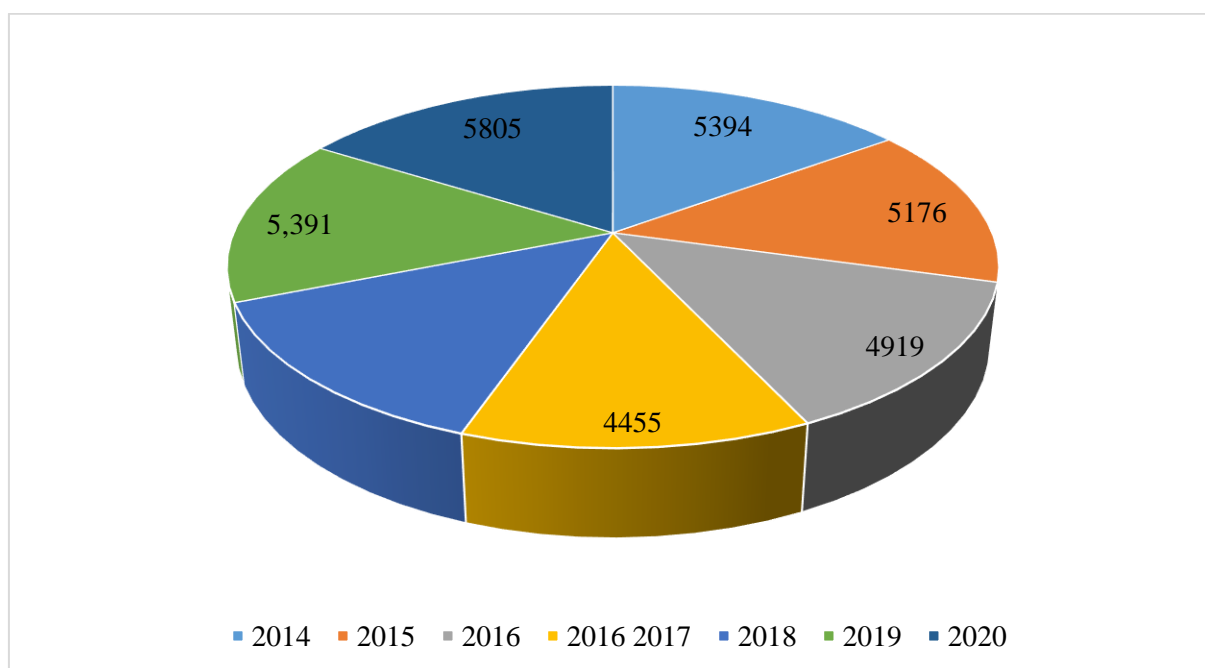


Рисунок 11. Динамика числа действующих малых предприятий, в

Таджикистане за 2014-2020 годы

Как видно из таблицы 3.2. и рисунок 11 за 2014-2020 году в республике увеличилось число действующих малых предприятий на 7,62%, среднесписочная численность работающих (без совместителей) в 9 раза, выручка от реализованной продукции (работ, услуг) за год на 13,9%, а фонд оплаты труда (включая совместителей) уменьшилось, за счет роста численности работников.

Также нами изучена отраслевая структура действующих малых предприятий в Республике Таджикистан в 2015-2020 годы (табл. 3.3.).

Таблица 3.3.

Отраслевая структура действующих малых предприятий в Республике Таджикистан в 2015-2020 гг.¹⁰⁶

Показатели	2015 г.		2018 г.		2019 г.		2020 г.		2020 г. в % к	
	ед.	в % к итогу	ед.	в % к итогу	ед.	в % к итогу	ед.	в % к итогу	2015	2019
Всего, в том числе:	33256	100	21438	100	21734	100	22169	100	66,6	102,0
Сельское хозяйство, охота	7389	22,2	4291	20,0	4061	18,7	4142	18,68	56,01	102,0
Рыболовство	34	0,1	22	0,1	29	0,1	30	0,1	88,2	103,5
Горнодобывающая промышленность	279	0,8	234	1,1	252	1,2	257	1,2	92,1	102,0
Обрабатывающая промышленность	2377	7,2	1802	8,4	1874	8,6	1912	8,6	80,4	102,1
Электроэнергия, газ и водоснабжение	97	0,3	67	0,3	63	0,3	65	0,3	67,0	103,2
Строительство	2355	7,1	1478	6,9	1633	7,5	1766	8,0	75,0	110,2
Торговля	6544	19,7	3664	17,1	3567	16,4	3640	16,5	55,6	102,1
Гостиницы и рестораны	804	2,4	510	2,4	497	2,3	507	2,3	63,1	102,0
Транспорт, складное хозяйство и связь	1037	3,1	832	3,9	885	4,1	903	4,1	87,1	102,1
Финансовое посредничество	222	0,7	548	2,5	214	1,0	218	1,0	98,2	101,9
Операции с недвижимым имуществом	2741	8,2	1588	7,4	1688	7,8	1722	7,8	62,8	102,0

¹⁰⁶ Составлено автором на основе данных: Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический ежегодник. – Душанбе: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2021. – С. 346; Статистический ежегодник Республики Таджикистан 2019.–ООО «ТоРус», 2019. – во «ООО «ТоРус», 2020. С. 219-220.

Продолжение таблицы 3.3.										
Государственное управление и оборона	1754	5,3	1180	5,5	1230	5,6	1255	5,7	71,55	60,83
Образование	1773	5,3	2005	9,4	2063	9,5	2105	9,5	118,7	102,9
Здравоохранение и социальные услуги	625	1,9	761	3,5	748	3,4	763	3,5	122,0	102,0
Прочие коммунальные, социальные и персональные услуги	5185	15,6	2442	11,4	2930	13,5	2990	13,5	57,7	102,1
Экстерриториальные организации и органы	40	0,1	14	0,1		-	-		-	-

Исследование отраслевой структуры малых предприятий показало, что в 2020 году общее число малых предприятий по сравнению с 2015 годом уменьшилось на 35,4%. Однако необходимо отметить, что при этом произошел рост в некоторых сферах, который составил: сельского хозяйства – 18,68%; торговли 16,5%; прочие коммунальные, социальные и персональные услуги – 13,5%; образования – 9,5%; строительстве - 8,0%; обрабатывающих промышленностей – 8,6% и операции с недвижимым имуществом – 7,8%, а также доля транспорта, складного хозяйства и связь, здравоохранение и социальные услуги составила: 4,1%; 3,5%. Однако необходимо отметить, что в стране необходимо оказать поддержку и создать условия для эффективного функционирования при развитии малого предпринимательства и особенно в сфере горнодобывающей промышленности, рыболовстве и т.д.

Необходимо отметить, что наблюдается положительная динамика развития предприятий по регионам и в целом по стране (табл.3.4. и рис. 12).

Также необходимо учесть природно-климатические условия каждого региона влияющие на потенциал развития предприятий, в особенности производителей услуг (туристические фирмы, гостиничные комплексы, автотранспортные компании и т.п.).

Таблица 3.4.

Динамика численности предприятий и организаций по территории
Республики Таджикистан за 2014-2020 годы

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего по Республике	42206	42358	42347	42031	43252	46465	47639
в том числе:							
ГБАО	1603	1724	1725	1609	1669	1797	1870
динамика (+/-)	125	121	1	-116	60	128	73
в процентах	8,5	7,5	0,1	-6,7	3,7	7,7	4,1
Хатлонская область	12516	12350	12346	12484	12773	13805	14021
динамика (+/-)	599	-166	-4	138	289	1032	216
в процентах	5,0	-1,3	0,0	1,1	2,3	8,1	1,6
Согдийская область	10611	10328	10325	10716	11025	11906	12187
динамика (+/-)	685	-283	-3	391	309	881	281
в процентах	6,9	-2,7	0,0	3,8	2,9	8,0	2,4
Душанбе	10556	10860	10856	10280	10656	11275	11708
динамика (+/-)	616	304	-4	-576	376	619	433
в процентах	6,2	2,9	0,0	-5,3	3,7	5,8	3,8
РРП	6920	7096	7095	6942	7129	7682	7853
динамика (+/-)	357	176	-1	-153	187	553	171
в процентах	5,4	2,5	0,0	-2,2	2,7	7,8	2,2

Рассчитано автором: на основе: Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021. – С. 353.

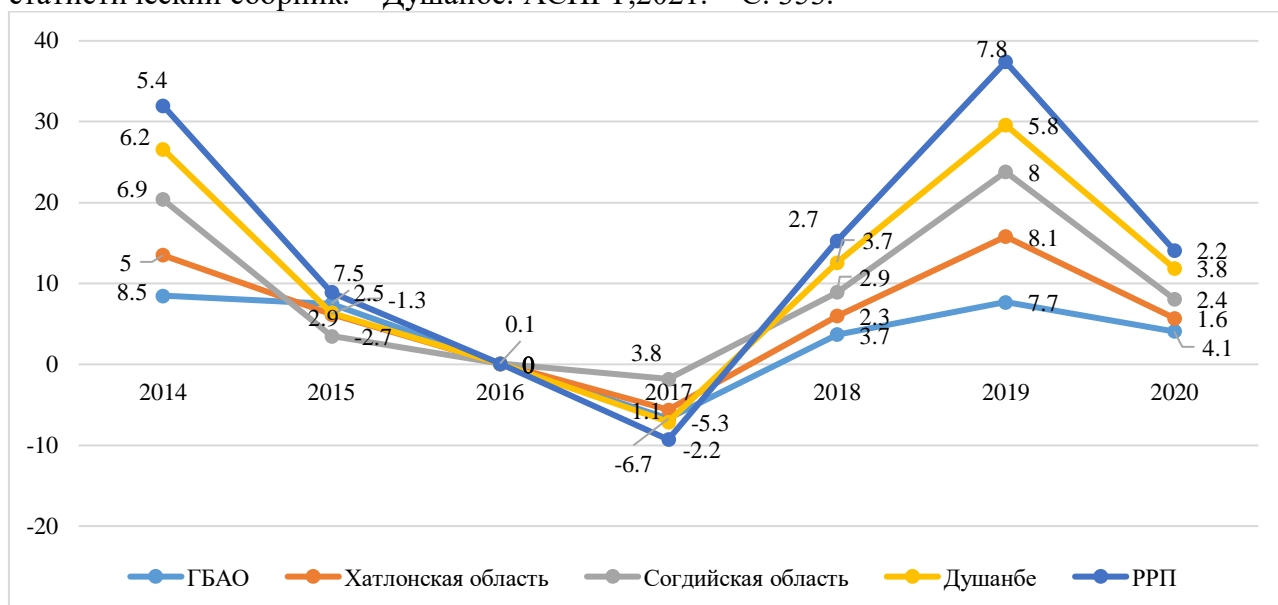


Рисунок 12. Динамика численности предприятий и организаций по территории Республики Таджикистан за 2014-2020 годы

Форма введения предпринимательской деятельности на основании Свидетельства является достаточно удобной с точки зрения построения работы с регулирующими органами, а также предоставления отчетности. В республике наблюдается динамичное и конструктивное развитие индивидуальных предпринимателей в количественном и качественном выражении, число которых к 2020 году достигло более 304 тыс. (табл. 3.5. и рис. 13) ¹⁰⁷.

Таблица 3.5.

Динамика численности граждан, занятых индивидуальной трудовой деятельностью (по числу выданных лицензий и патентов) за 2014-2020 гг.

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 г. к 2014 г.
Всего, тыс. чел.	211,3	243,8	257,1	270,1	284,7	295,7	304,0	143,87
из них в процентах:								
В бытовом обслуживании	3	2,9	2	2,5	2,2	3,2	2,0	66,67
В социально – культурной сфере	-	-	0,7	-	0,6	0,4	0,4	57,14
В торговле и общественном питании	68	35,2	32,7	39,8	31,5	32	25,2	37,06
Другие виды деятельности	29	61,9	64,6	57,7	65,7	64,4	72,4	2,49 раза

Рассчитано автором на основе: Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021. – 367с.

¹⁰⁷Таджикистан: 30-лет государственной независимости: статистический сборник. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан.-Душанбе: «Шарки Озод», 2021.-С.359.

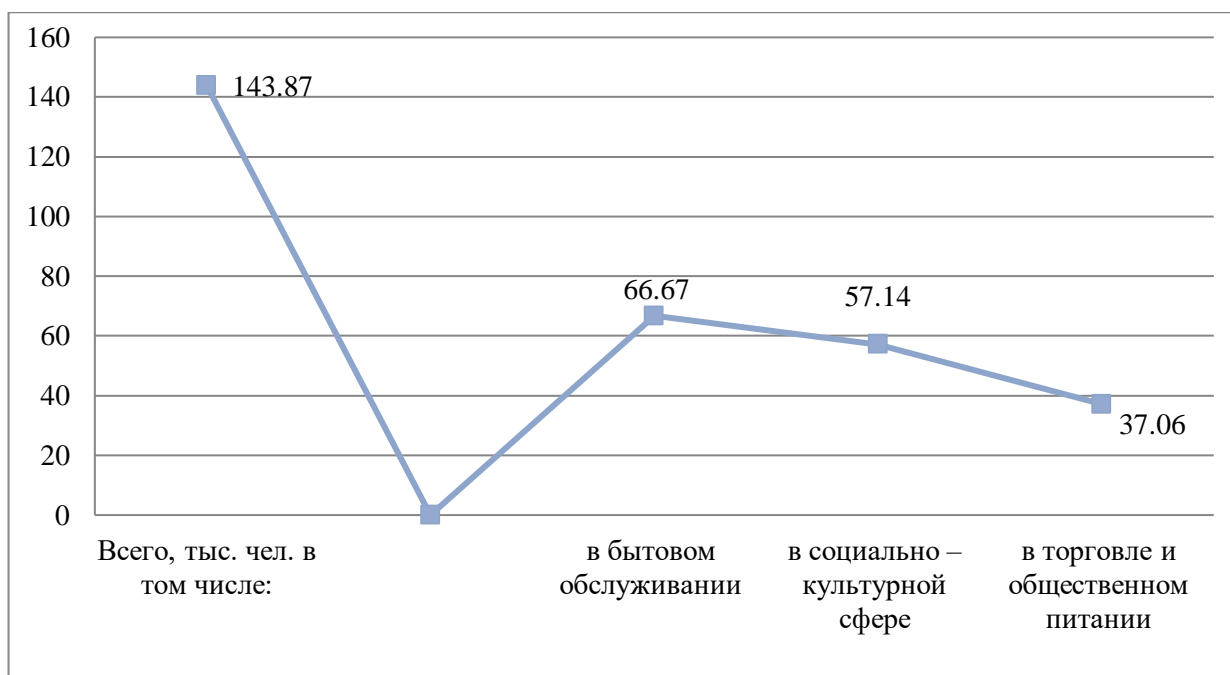


Рисунок 13. Динамика численности граждан, занятых индивидуальной трудовой деятельностью (по числу выданных лицензий и патентов) за 2014-2020 гг.

Из таблицы 3.5. и рисунка 13 видно, что из общей численности граждан, занятых индивидуальной трудовой деятельностью (по числу выданных лицензий и патентов) за анализируемый период возросла в бытовом обслуживании на 66,67%; в социально-культурной сфере на 57,14%; в торговле и общественном питании на 37,06; а другие виды деятельности увеличилось 2,49 раза.

Также нами изучено количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей по территории республики на 01.01.2021 год (табл. 3.6. и рис. 14).

Таблица 3.6.

Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей по территории Республики Таджикистан на 01.01.2021 г.

Наименование региона	Все виды индивидуальных предпринимателей			
	Свидетельство	Дехканские хозяйства	Патент	Всего
Республика Таджикистан	82388	171691	338715	592794
ГБАО	1883	904	7215	10002
Хатлонская область	13506	67387	78188	15908
Согдийская область	21053	67097	119772	207922
Душанбе	29254	19	74771	104044
РРП	16692	36284	58769	111745
Из общего количества предпринимателей – действующие				
Республика	37264	161376	105401	304041
ГБАО	1137	896	2295	4328
Хатлонская область	6717	63044	26801	96562
Согдийская область	11532	64077	35792	111401
Душанбе	11141	6	23756	34903
РРП	6737	33353	16757	56847

Рассчитано автором: Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021. – С.359.

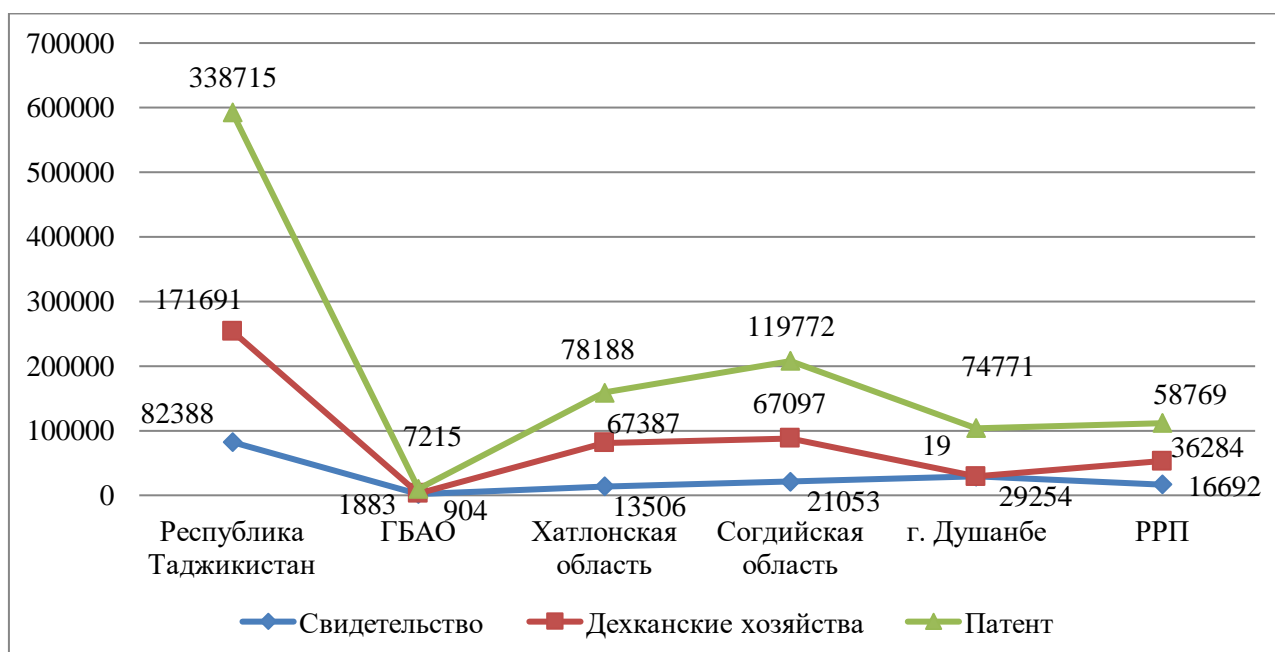


Рисунок 14. Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей по территории Республики Таджикистан на 01.01.2021 г.

За анализируемый период, данные по республике свидетельствуют, что количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей по территории Республики Таджикистан на 01.01.2021г. на все виды индивидуальных предпринимателей увеличились в – ГБАО на 1,69%; Хатлонская область на 2,68%; Согдийская область на 35,07%; г. Душанбе на 17,55%; РРП на 18,85%, соответственно: Свидетельство в – ГБАО на 2,28%; Хатлонская область на 16,39%; Согдийская область на 25,55%; г. Душанбе на 35,51%; РРП на 20,26%, также возросло количество зарегистрированных: дехканское хозяйство в – ГБАО на 0,53%; Хатлонская область на 39,25%; Согдийская область на 39,08%; г. Душанбе на 0,01%; РРП на 21,13%, и имеющие патент в – ГБАО на 2,13%; Хатлонская область на 23,08%; Согдийская область на 35,36%; г. Душанбе на 25,07%; РРП на 17,35%.

Следует отметить, что общее количество действующих предпринимателей по территории республики за анализируемый период возросло: в – ГБАО на 1,42%; Хатлонской области на 31,76%; Согдийской области на 36,64%; г. Душанбе на 11,48%; РРП на 18,69%, соответственно: Свидетельство имеют в ГБАО – 3,05%; Хатлонской области - 18,02%; Согдийской области - 30,95%; г. Душанбе - 29,90%; РРП - 18,08%, кроме того, увеличилось дехканское хозяйство в – ГБАО на 0,56%; Хатлонской области на 39,07%; Согдийской области на 39,70%; г. Душанбе на 0,003%; РРП на 20,67%, а патент имеют в ГБАО - 2,18%; Хатлонской области - 25,43%; Согдийской области - 35,96%; г. Душанбе - 22,54%; РРП - 15,90%.

Экономическая привлекательность сектора услуг в сочетании с его востребованностью со стороны потребителей создали устойчивые предпосылки развития данного сектора (табл. 3.7.).

Таблица 3.7.

Динамика основных показателей платных услуг в Республике Таджикистан
за 2014-2020 годы

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 к 2014гг.
Всего платных услуг, млрд. сомони	12,8	11,8	11,7	12,0	12,1	13,0	13,2	1,03
На душу населения, тыс. сомони	1,23	1,13	1,16	1,23	1,25	1,41	1,39	1,13

Рассчитано автором на основе данных статистического ежегодника Республики Таджикистан. -Душанбе: АСПРТ, 2020-С.215,428. Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. –Душанбе:АСПРТ,2021. –641с.

Приведенные данные таблицы 3.7. отражают положительную динамику постепенного увеличения доли сферы услуг в национальной экономике. Объем платных услуг в суммарном выражении показывает увеличение в 103,0 процентов к 2020 году по сравнению с 2014 годом, где данный показатель в параметрах на душу населения увеличился в 113,0 процентов.

В таблице 3.8. приведены результаты распределения предприятий и организаций по видам экономической деятельности.

Таблица 3.8.

Распределение предприятий и организаций по видам экономической
деятельности в Республике Таджикистан за 2014-2020 годы

Показатели	2014	2015	2017	2018	2019	2020	отклонение (+;-)
Всего предприятий	42206	42 358	42 031	43 252	46 465	47 639	+1,13
Сектор услуг	26533	27 301	26 349	27 074	29 071	29 127	+1,09
Удельный вес	62,86	64,45	62,86	62,59	62,56	61,14	-2,74

Рассчитано автором на основе данных статистического ежегодника Республики Таджикистан. -Душанбе: АСПРТ, 2020. -216с. Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. –Душанбе:АСПРТ, 2021.–350с.

Как видно из таблицы 3.8., в 2020 году удельный вес количество предприятий сферы услуг составило 61,14% от общего числа предприятий, по сравнению с 2014 годом показывает уменьшение на -2,74.

Нами также изучена динамика распределения населения, занятого в экономике Республики Таджикистан (табл. 3.9.).

Таблица 3.9.

Динамика распределения населения, занятого в экономике Республики Таджикистан за 2014-2020гг. (тыс. чел.)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего занято	2325,4	2379,7	2385,3	2407	2425,6	2463,4	2506,2
из них:							
В реальном секторе	1682,7	1704	1694,8	1685,3	1698,9	1731,0	1754,4
в т.ч. в процентах	72,36	71,60	71,05	70,02	70,04	70,27	70
В секторе услуг	642,8	675,7	690,5	721,7	726,6	732,4	751,8
в т.ч. в процентах	27,64	28,39	28,95	29,98	29,96	29,73	29,99

Рассчитано автором: на основе данных статистического ежегодника Республики Таджикистан. -Душанбе: АСПРТ, 2020. -84с. Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статистический сборник. –Душанбе: АСПРТ,2021. –139с.

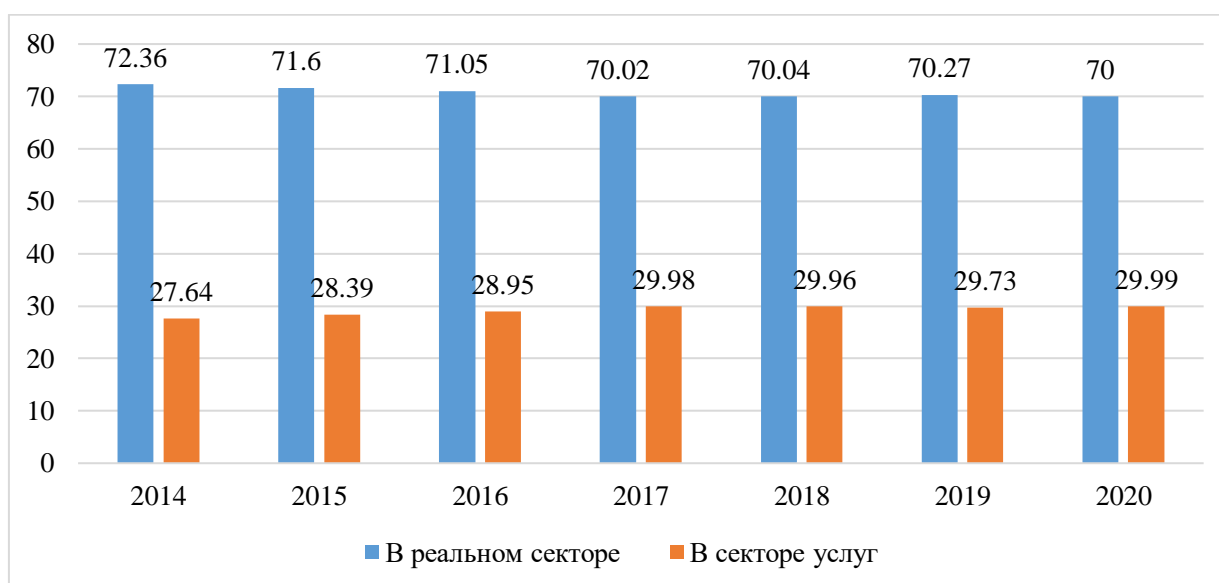


Рисунок 15. Динамика распределения населения, занятого в экономике Республики Таджикистан за 2014-2020гг.

Анализ показывает, что в 2020 году доля реального сектора, составила 70%, а в 2014 году составляла 72,36%, соответственно ее доля за анализируемый период уменьшилась на 2,36%.

Кроме того, нами была изучена динамика экономических показателей предпринимательства Республики Таджикистан за 2014-2020 годы (табл. 3.10.).

Таблица 3.10.

Динамика экономических показателей предпринимательства Республики Таджикистан за 2014-2020 гг. (млрд. сомони)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Валовый внутренний продукт	45,6	48,4	54,5	61,1	71,1	77,4	82,5
Налоговые поступления, всего	10,4	10,6	11,2	13,1	14,6	15,8	7,9
Налоги в % от ВВП	22,8	21,9	20,6	21,4	20,5	20,4	9,5
Уплаченные налоги со стороны предпринимателей, всего	0,6	0,6	0,5	0,7	0,8	1,2	1,3
Налоги предпринимателей от общих налогов, %	5,8	5,7	4,46	5,34	5,48	7,59	16,46
Налоги предприятий сферы услуг	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,6	0,6
Налоги сферы услуг от общих налогов, %	1,9	1,9	1,8	2,3	2,1	3,8	7,6
Доход от предпринимательской деятельности, всего	3,7	3,5	3,3	3,8	4,5	7,3	7,7
Доход в % от ВВП	8,1	7,2	6,1	6,2	6,3	9,4	9,3
Доход предприятий сферы услуг	1,8	1,8	1,3	1,7	1,9	3,8	4,4
Доход сферы услуг от общих доходов, %	48,6	51,4	39,4	44,7	42,2	52,1	57,1
Доход сферы услуг от ВВП, %	3,9	3,7	2,4	2,8	2,7	4,9	5,3

Полученные результаты показали, что за анализируемый период экономические показатели предпринимательства в республике возросли,

соответственно: налоги предпринимателей от общих налогов на 10,7%; доход сферы услуг от общих доходов на 8,5%; а доход сферы услуг от ВВП на 1,4%.

Исходя из этого, нами изучена динамика основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы (табл.3.11.).

Таблица 3.11.

Динамика основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы¹⁰⁸

Годы	ВВП, млн. сомони	Производство услуг, млн. сомони, ВВП	Финансовый результат (сектор услуг), млн. сомони	Объем платных услуг, млн. сомони	Количество предприятий сектор услуг, ед.
2010	24707	11127	226	6656	15491
2011	30071	12760	236	9462	16720
2012	36163	15738	91	10550	19453
2013	40526	18289	175	11457	24736
2014	45607	18988	128	11572	26533
2015	48409	20555	192	10693	27301
2016	54479	23017	226	10639	26503
2017	61094	25505	451	10884	26349
2018	71059	26111	1526	12131	27074
2019	77354	33700	712	12984	29071
2020	82543	35828	288	13205	29127
Темп роста 2020г. к 2014г., %	3,34 раза	3,22 раза	127,43%	198,39%	188,03%

Следовательно, полученные результаты показали, что за анализируемый период, произошел рост основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан соответственно: ВВП на 3,34 раза; производство услуг на 3,22 раза; финансовый результат на 123,43%; объем платных услуг на 198,39%; а также увеличилось количество предприятий сектор на 188,03%.

Следует отметить, что состояние национальной экономики Республики Таджикистан в сфере услуг на сегодняшний день показывает, что не все

¹⁰⁸Статистический ежегодник Республики Таджикистан. АСПРТ. Душанбе, 2020. – С. 208, 216, 428, 483. Таджикистан: 30 лет государственной независимости статистический сборник. –Душанбе: АСПРТ,2021. –С.335, 337, 350, 641, 693.

действующие предприятия предпринимательского сектора экономики являются конкурентоспособными на рынке услуг, потому что исследование показывает о непостоянном эффективном их функционировании, а также небольшая доля объема произведенной продукции, работ и услуг в ВВП, особенно малого предпринимательства в сфере услуг

Существенное значение играют показатели, определяющие состояние оказываемых платных услуг в региональном разрезе, где можно определить долю объема платных услуг в общем объеме регионального ВВП (табл. 3.12. и рис. 16).

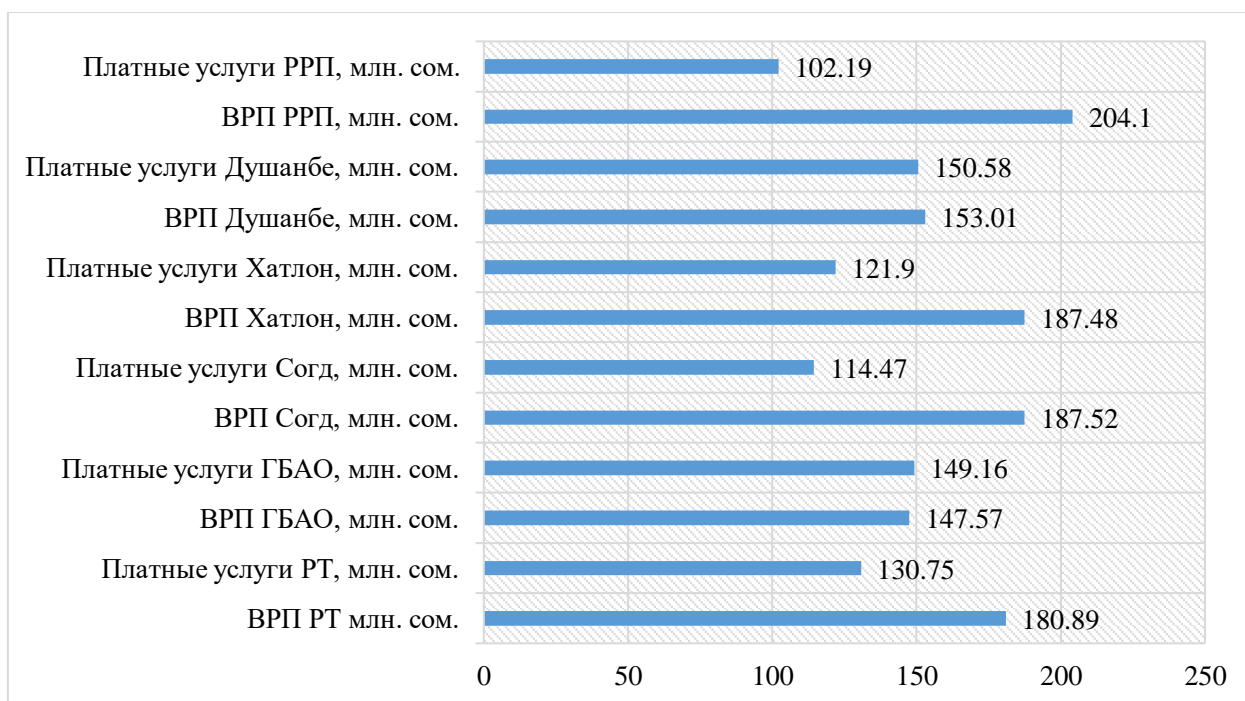


Рисунок 16. Динамика соотношения объема платных услуг к региональному ВВП за 2020 год к 2014 году

Таблица 3.12. Соотношение объема платных услуг к региональному ВРП за 2014-2020 гг. *

Показатели	Годы							Темп роста 2020 к 2014, %
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
ВВП РТ млн. сомони	40836,2	43745,9	49921,1	56001,8	61368,4	68691,4	73870,5	180,89
Платные услуги РТ, млн. сомони	10099,9	9615,80	10033,7	10884,0	12130,8	12983,6	13205,2	130,75
Доля платных услуг в ВРП по РТ, в %	0,25	0,22	0,20	0,19	0,20	0,19	0,18	
ВРП ГБАО, млн. сомони	721,70	716,80	841,20	956,50	1035,60	1063,40	1065,00	147,57
Платные услуги ГБАО, млн. сомони	65,7	64,9	67,5	74,5	88,7	99,9	98,0	149,16
Доля платных услуг в ВРП по ГБАО, в %	0,09	0,09	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	
ВРП Согд, млн. сомони	11530,5	12036,9	14654,8	17510,7	18343,8	20537,1	21621,9	187,52
Платные услуги Согд, млн. сомони	2875,40	3001,70	3137,80	3335,70	3527,20	3603,30	3291,60	114,47
Доля платных услуг в ВРП по Согдийской обл., в %	0,25	0,25	0,21	0,19	0,19	0,18	0,15	
ВРП Хатлон, млн. сомони	11777,5	12855,2	14620,2	16003,5	17107,5	19664,0	22080,5	187,48
Платные услуги Хатлон, млн. сомони	1698,50	1569,00	1565,40	1686,70	1868,40	2064,50	2070,50	121,90
Доля платных услуг в ВРП по Хатлонской обл., в %	0,14	0,12	0,11	0,11	0,11	0,10	0,10	
ВРП Душанбе, млн. сомони	10176,2	10546,4	10891,2	11811,0	13808,0	15139,2	15570,5	153,01
Платные услуги Душанбе, млн. сомони	4474,5	3969,20	4289,30	4781,60	5684,90	6178,00	6737,60	150,58
Доля платных услуг в ВРП по г. Душанбе, в %	0,44	0,38	0,39	0,4	0,41	0,41	0,43	
ВРП РРП, млн. сомони	6630,3	7590,6	8913,7	9719,8	11073,5	12287,7	13532,6	204,10
Платные услуги РРП, млн. сомони	985,80	1011,0	973,70	1005,5	961,060	1037,90	1007,40	102,19
Доля платных услуг в ВРП по РРП, в %	0,15	0,13	0,11	0,10	0,09	0,08	0,07	

*Расчитано автором по: Статистический ежегодник Республики Таджикистан – 2018. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Душанбе. Стр. 198, 420.; Таджикистан: 30 лет государственной независимости статистический сборник Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Душанбе – 2021. С. 335 – 335;647.

Анализ таблицы 3.12. и рисунка 16 показал, что за анализируемый период произошел темп роста объема платных услуг к региональному ВРП, соответственно, также возросли: платные услуги Республики Таджикистан на 30,75%; платные услуги ГБАО на 49,16%; платные услуги Согдийской области на 14,47%; платные услуги Хатлонской области на 21,9%; платные услуги г. Душанбе на 50,58%; платные услуги РРП на 2,19%.

При анализе объема платных услуг, оказанных населению по регионам Республики Таджикистан за 2000-2020 годы, наблюдается увеличение объема платных услуг в 69,91 раза и бытовых услуг- 3897,1 раза, а в 2020 году по сравнению с 2018г. соответственно на 8,86% и 5,54%. При этом в ГБАО, Согдийской, Хатлонской области, г. Душанбе и РРП рост в 2020 г. по сравнению с 2000 г. соответственно на 196 раза и 3,49 раза; 205,7 раза и 3048 раза; 796,35 раза и 6517,0 раза; 218,31 раза и 1927,3 раза; 373,04 раза и 5448,0 раза, в 2020г. по сравнению с 2018г. соответственно возросло на 10,48% и бытовые услуги уменьшились на-15,88%; платные услуги уменьшились на 6,68% и бытовые услуги возросли на 2,07%; 10,82% и 16,79%; 19,05% и 5,11%; 4,74% и 1,11%.

Результаты анализа позволили выявить, что в Республике Таджикистан и ее регионах особое место уделяется развитию оказания бытовых услуг населению республики за 2000-2020 годы (табл. 3.13.).

Таблица 3.13.

Тенденции изменения числа ателье, цехов, мастерских бытового обслуживания населения по видам в Республике Таджикистан за 2000-2020 гг.

Виды бытовых услуг	Количество ателье, цехов, мастерских бытового обслуживания, ед.								Темп роста, в %
	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Всего, в том числе по видам	875	952	413	461	429	352	374	322	36,8
Ремонт и индивидуальный пошив обуви	80	31	12	11	7	32	20	20	25,0

<i>Продолжение 3.10.</i>									
Ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязка трикотажных изделий	85	68	36	37	30	15	11	4	5,0
Ремонт и изготовление металлоизделий	-	122	21	20	17	20	14	11	9,02*
Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств, принадлежащих гражданам	-	198	-	-	-	-	-	-	-
Ремонт и изготовление мебели	14	16	6	10	6	11	3	3	21,43
Химическая чистка и крашение услуги	6	7	-	1	1	-	-	-	-
Прачечных ремонт и строительство жилищ/квартир	30	60	63	63	67	91	78	71	2,37 раза
Услуги фотографии	61	34	21	22	13	12	12	8	13,11
Услуги бань и душевых	29	35	30	34	32	55	31	26	89,66
Услуги парикмахерских	175	119	43	44	42	25	37	43	24,57
Услуги пунктов проката	12	12	44	90	90	40	73	49	4,08 раза
Прочие виды услуги	186	250	137	129	124	87	95	87	46,77

Источник: рассчитано на основе данных статистического ежегодника, 2021. - Душанбе, АСПРТ, 2021. - 702с. - С.640-641. Примечание: *2020г. к 2010г.

Анализ таблицы 3.14 показывает, что в целом после перехода к рыночным отношениям многие предприятия службы быта самостоятельно функционируют. Результаты свидетельствуют о том, что число предприятий осуществляющие прачечный ремонт и строительство жилищ/квартир, а также услуги пунктов проката возросли соответственно в 2,37 и 4,08 раза, а в других наблюдается снижение темпов роста.

Предпринимательские структуры данных отраслей нуждаются в пристальном государственном внимании и устойчивом функционировании, и развитии.

Таким образом, можно отметить, что несмотря на достаточно высокие темпы роста малого предпринимательства в отдельных отраслях экономики, доля ликвидированных субъектов достаточно высока и обеспечение их устойчивого функционирования и развития как никогда актуально.

Важно отметить, что в статистические данные и отчеты малых предпринимательских структур не полностью были включены необходимые данные, потому что отчеты они составляют согласно данным в налоговые органы. Поэтому, для эффективного функционирования и развития малого предпринимательства в сфере услуг необходим механизма формирования отчетности.

Таким образом, мы считаем, что для эффективного функционирования и развития малого предпринимательства, необходимо следующие:

1. Государственная финансовая поддержка;
2. Совершенствование механизма государственного регулирования сферы услуг на основе комплексного методологического подхода;
3. Инвестиции в данный сегмент;
4. Маркетинговые исследования рынка сферы услуг;
5. Мониторинг малого предпринимательства;
6. Развитие цифровизации.

Следовательно, мы считаем, вышеперечисленные направления позволят повысить уровень развитие малого предпринимательства в сфере услуг, которые играют важную роль в рыночные экономики Республики Таджикистан.

Теперь переходим к исследованию факторов, влияющих на развитие малого предпринимательства в сфере услуг Республики Таджикистан.

3.2. Оценка влияния факторов на развитие малого предпринимательства в сфере услуг

Сложный этап рыночной экономики Республики Таджикистан предопределяет настоятельную необходимость решения такой важной проблемы, как становление и развитие предпринимательской деятельности в сфере услуг, которая в развитых странах создает свыше 70% ВВП.

Малое предпринимательство позволяет найти решение насущных социально-экономических задач по формированию конкурентной среды, удовлетворения потребностей в товарах и услугах, снижения уровня безработицы, роста налоговых сборов для формирования бюджетов всех уровней. Это подчеркивает необходимость решения задач по становлению и развитию малого предпринимательства в сфере услуг.

Отсюда следует настоятельная необходимость выявления существующих проблем, факторов и причин, от которых зависит темпы роста малого предпринимательства в сфере услуг в Республике Таджикистан.

Для изучения факторов, которые влияют, на развитие предпринимательской деятельности приведем мнение авторов, исследующих данную область предпринимательства. Начальную классификацию можно разделить на внутренние и внешние факторы предпринимательской среды. К внутренним факторам относятся имеющаяся предпринимательская способность, необходимый уровень квалификации персонала, опыт управления, и другие факторы, которые влияют на функционирование каждого предприятия. Более подробный анализ показывает, что внутренняя среда связана со следующими качественными показателями:

- личностные параметры предпринимателя (профессионализм, способность предвидеть предстоящие события, умение действовать в рискованных ситуациях, способность принимать оптимальные решения,

умение работать с коллективом, толерантность и необходимая культура общения;

- наличие необходимых денежных средств и/или материальных ресурсов;

- существующие организационные возможности производства;

- наличие возможностей проведения маркетинговых исследований¹⁰⁹.

Внешняя среда – это условия и факторы, которые могут оказать воздействие на функционирование предприятия. Следует отметить, что мнение исследователей различаются при подборе, анализе этих факторов и оценки их воздействия на хозяйственную деятельность предприятия.

Так, например, Герчикова И. приводит классификацию внешних факторов предпринимательской среды и разделяет их на факторы прямого воздействия (характер и состояние рыночных отношений, потребительский спрос, предложения, условия торговли на рынке и т.д.) и факторы косвенного воздействия (общеекономические, состояние экономики страны, имеющийся предпринимательский климат)¹¹⁰.

Другая классификация предлагается в зависимости от влияния на сферу малого предпринимательства и состоит из следующих групп:

- влияющие на возможность создания и функционирования (существующее законодательство, налоговая система, необходимые ресурсы);

- наличие государственной политики поддержки предпринимателей, существующая инфраструктура рынка, социальное партнерство, самоорганизации предпринимателей;

- внутренние факторы (психологическая и профессиональная готовность к предпринимательской деятельности).

¹⁰⁹ Евсева И.Н., Широин В.М. Изучение ситуации в секторе малого и среднего бизнеса/И.Н., Евсева В.М Широин. М.: Институт социально-экономического анализа и развития предпринимательства. 2011. С. 154.

¹¹⁰ Герчикова И.Н. Менеджмент. / И.Н Герчикова Учебник: М.: ЮНИТИ. – 2003. С. 104.

Свою классификацию предлагает А. Хоскинг, который различает макросреду и микросреду предпринимательства. Согласно А. Хоскингу, макросреда состоит из следующих факторов: экономические, правовые, политические, социально-культурные, технологические, физические (географические) условия деятельности. В свою очередь, микросреда определяет институциональную систему предпринимательства.¹¹¹

Статистический анализ, проведенный Солодковым М.В. на основе использования корреляционно-регрессионного анализа выявил, что самые определяющие факторы - это плотность проживающего на территории населения, (коэффициент корреляции 0,28), удельный вес сельских жителей в общей численности населения (коэффициент корреляции составил – 0,36), существующая производительность труда (коэффициент корреляции составил от 0,34 до 0,41), интеллектуальный потенциал (коэффициент корреляции 0,35)¹¹².

В работе Басаревой В.Г. доказывается, что спрос на труд в сегменте малого предпринимательства зависит от существующих региональных различий и уровня риска, которые могут возникнуть из-за государственного уровня поддержки предпринимательства в регионе. Это предопределяет соответствующий уровень доверия людей к установленному порядку ведения предпринимательства¹¹³.

Исследования Всемирного банка, которое было проведено в 69 странах, среди 3,6 тыс. предпринимателей, позволили сделать вывод, что институциональные барьеры имеются во всех странах, но их значимость имеет дифференциацию по регионам¹¹⁴.

¹¹¹Хоскинг А. Курс предпринимательства/ А Хоскинг М.: Международные отношения, 1993. С. 114.

¹¹²Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. Серия: Экономическая наука современной России, М., Наука, 2002.- 448с.

¹¹³Басарева В.Г. Институциональные особенности возникновения малого бизнеса в регионах России. В.Г Басарева. – М.: EERC, 2002.-61 с

¹¹⁴ Басарева В.Г. Институциональные особенности возникновения малого бизнеса в регионах России. В.Г Басарева. – М.: EERC, 2002-. 78 с..

На основании результатов исследования мы выделили перечень факторов, формирующую предпринимательскую среду в регионе (рис. 18) и провели анкетный опрос, где приняли участие 100 респондентов, которые занимаются малым бизнесом.

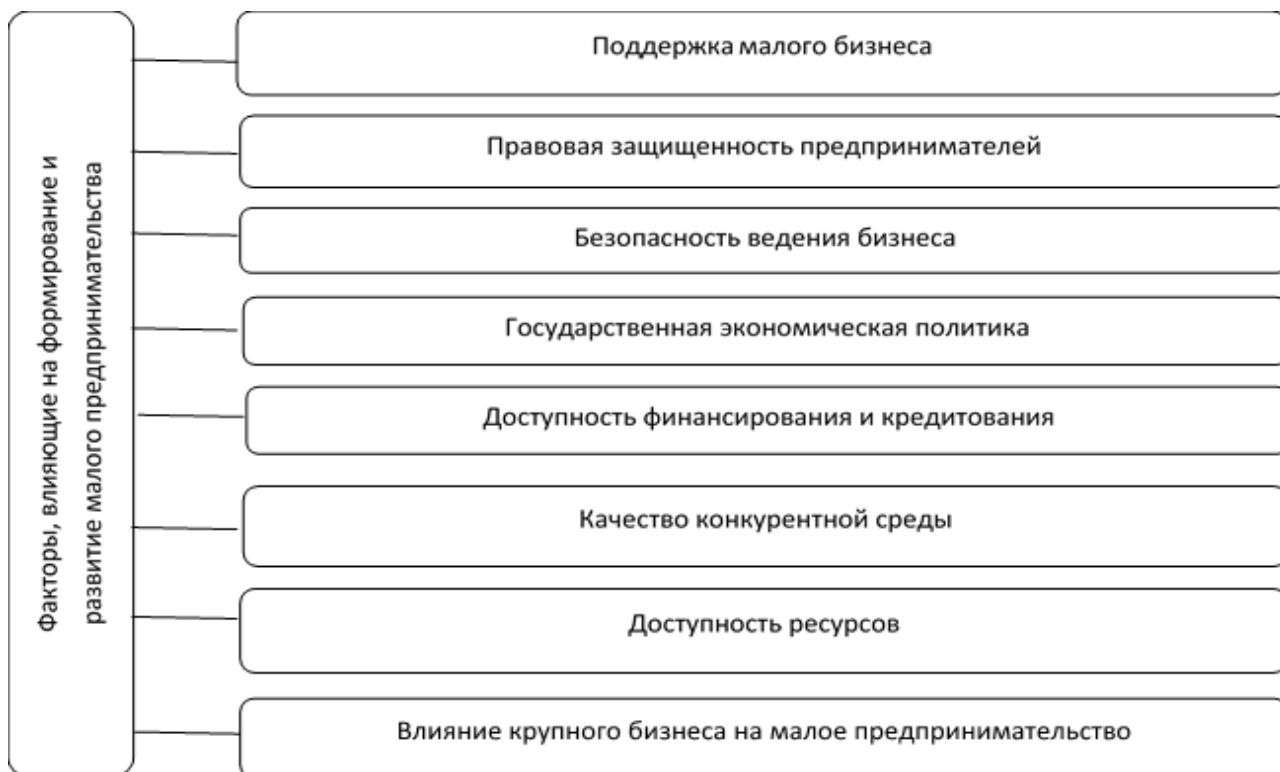


Рисунок 18. Факторы, влияющие на формирование и развитие малого предпринимательства (составлено автором)

1-ый фактор: *Поддержка малого бизнеса* - соединяет и модифицирует относящиеся мер поддержки малого бизнеса в сфере услуг, реализующие в регионах. Однако ответ многих предпринимателей состоял в том, что местные власти не поддерживают малый бизнес – 36 процентов; 11 процентов ответили, что этот фактор положительно влияет на бизнес; 36 процентов ответили, что они помогают для реализации продукта и услуг на рынке; 19 процентов организация ярмарки приносить прибыль. В общем предприниматели считают, что этот фактор играет важную роль в развитии бизнеса (рис.19).



Рисунок 19. Диаграмма ответов на вопрос: Какие из перечисленных ниже мер поддержки малого бизнеса в сфере услуг осуществляются в вашем регионе, и какой от эффект, (%).

2-ой фактор: *Правовая защищенность* - предприниматели могут обратиться в суд, и отстаивать свои интересы в суде, но необходимо, чтобы оппонентами были власти разного уровня.

41 процент респондентов (предприниматели) опроса ответили, что будут обращаться в суд, если ущемлять незаконных их права; 49 процентов ответили, что не будут обращаться в суд; а 11 процентов вообще не ответили.

Таблица 3.14.

Как Вы считаете, большинство предпринимателей в регионе станут или не станут обращаться в суд, если их законные права будут ущемлены? %

Не станут обращаться в суд	49 %
Станут обращаться в суд	41%
Затруднились, ответить	11%

3-ий фактор: *Безопасность* - это степень защищенности предпринимателей от злоупотреблений со стороны сотрудников контрольно-надзорных органов, представителей правоохранительных органов, от насилия или угроз со стороны криминальных группировок и т.д.

20 процентов респондентов ответили, что происходит произвол и со стороны представителей администраций; 44 процентов ответили, что это редко происходит; 20 процентов ответили, что ни разу не сталкивались с перечисленными проблемами.

Таблица 3.15.

Как часто предприниматели Вашего региона сталкиваются с произволом и злоупотреблениями со стороны контролирующих органов? (в %)

	Часто	Иногда	Никогда	Затруд. отв,
Чиновников, представителей региональных и местных властей	20	44	20	16
Сотрудников контрольно-надзорных органов	20	46	19	15
Представителей правоохранительных органов	16	41	25	17

На данный момент общая безопасность малых предприятий находится на достаточно высоком уровне. 59% опрошенных считают, что предприниматели в их регионе никогда не сталкиваются с криминальными проявлениями, причем только 4% полагают, что это происходит часто.

4-ый фактор: *Политика властей* - это влияние со стороны властей и правоохранительных органов на малый бизнес. Как видно из рис. 20. наибольшие сложности у предпринимателей возникают с территориальными органами и местным самоуправлением. 46% и 35% респондента отметили, что данные организации мешают их деятельности. Остальные уровни власти

оказывают слабое негативное влияние на малый бизнес (менее 30% опрошенных отметили, что правительство и региональная администрация мешают их деятельности). Очевидно что, чем ближе находятся властные структуры к предпринимателю, тем сильнее административное давление.

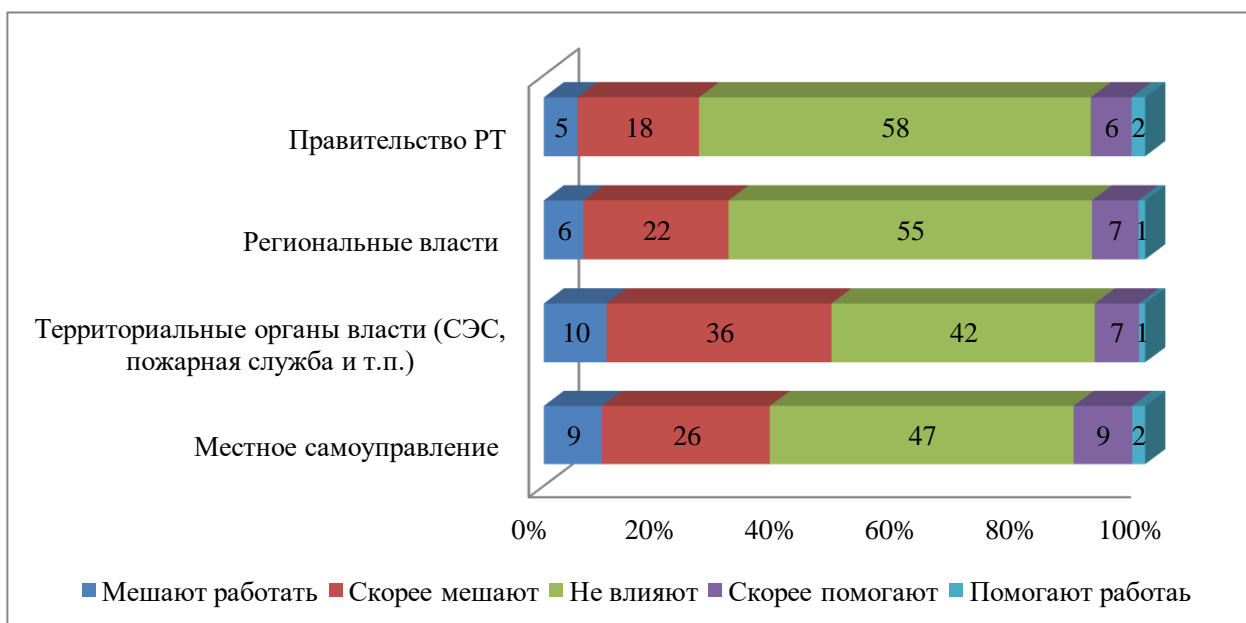


Рисунок 20. Результаты ответов: «Какое влияние органы власти и местного самоуправления оказывают на деятельность малых предприятий Вашего района?»

Несмотря на то, что больше предпринимателей дают положительную оценку деятельности местного самоуправления, чем другие, в целом количество предпринимателей, оценивающих положительно деятельность местного самоуправления, примерно в три раза меньше количества предпринимателей, оценивающих эту деятельность отрицательно.

Как и следовало ожидать, «ближе» всего к малому бизнесу находятся местная власть и территориальные органы власти.

5-ый фактор: *Доступность финансирования* - оценка доступности финансирования из разных источников, как банковских, так и небанковских. Исследуя финансовое состояние малого бизнеса, мы просили дать оценку текущего финансового состояния их предприятия. При оценке текущего

финансового состояния своего предприятия 70% предпринимателей отметили, что нуждаются в дополнительных финансовых ресурсах либо для поддержания своего бизнеса, либо для его развития. Только 22% предпринимателей оценили финансовое состояние своего бизнеса как устойчивое и отметили, что имеют ресурсы для поддержания и развития своего бизнеса, что и в 2019 году (21%).

Таблица 3.16.

Оцените текущее финансовое состояние вашего бизнеса, %

Вопросы	2019	2020
Устойчивое, хватает для поддержания бизнеса, есть источники для его развития	21	22
Относительно устойчивое, для поддержания бизнеса хватает, для развития нет	50	51
Неустойчивое, не хватает поддержания текущего состояния бизнеса	20	19
Ухудшается с каждым днем	8	6
Затрудняюсь ответить	1	2

Наглядное положение с оценкой текущего финансового состояния показано на рис. 21.

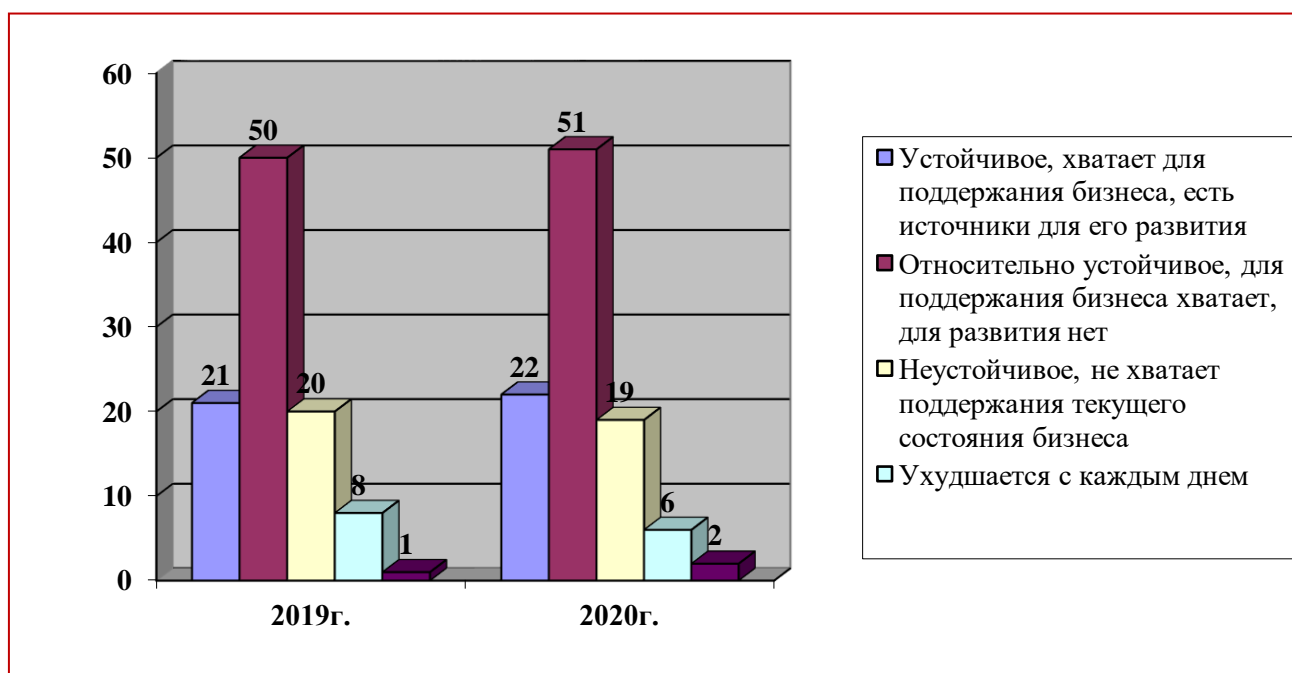


Рисунок 21. Диаграмма ответов на текущее состояние финансовое предпринимателей

Говоря о доступности получения небанковского кредита или ссуды, многие предприниматели уклоняются от дачи конкретных оценок.

6-ой фактор: *Качество конкурентной среды* - индикаторы оценки закрытости отраслей и взаимодействие с крупными компаниями. Респонденты с тревогой отмечают, что «невидимая рука» рынка стала «бить» особенно больно и они опасаются, как бы эта «рука» не «забила насмерть» их бизнес. Например, в числе угроз для малого бизнеса 52% респондентов указали на резкое ухудшение общей ситуации в экономике и падение платежеспособного спроса, а 39% - на приход в сектор рынка крупного отечественного или иностранного конкурента.

Таблица 3.17.

Насколько легко или сложно малым предприятиям в вашем регионе получить финансирование из следующих источников (%)

Показатели	Практически невозможно	Достаточно сложно	Достаточно легко	Очень легко	Затруд. ответить
Банковский кредит	17	37	31	8	9
Небанковский кредит или ссуда	17	28	20	4	32
Денежные средства в обмен на долю в бизнесе	12	20	18	5	44
Финансирование конкретного проекта заказчиком	15	28	17	3	37
Помощь государственных фондов	58	18	3	1	21

7-ой фактор: *Доступность имущественных ресурсов* - оценка доступности для малого предпринимательства недвижимости в собственность и в аренду. Примерно 76% респондентов считают, что достаточно сложно или практически невозможно получить производственные, офисные или торговые помещения в собственность. Гораздо проще получить недвижимость в аренду, только 42% опрошенных сказали, что испытывают трудности с получением

помещений в аренду. Основная проблема, связанная с получением помещений в аренду- высокая стоимость аренды и недостаток информации о самих помещениях. В целом по предыдущему году предприниматели также отмечают значительные трудности с получением недвижимости в аренду и собственность (54%). К основным проблемам, которые возникают у малых предприятий при приобретении недвижимости в собственность, респонденты относят высокие цены или жесткие условия оплаты 60%.

Таблица 3.18.

Насколько легко или сложно малым предприятиям в сфере услуг получить производственные, офисные и торговые помещения в собственность и в аренду? %

Вопросы	В собственность, %	В аренду, %
Практически невозможно или крайне сложно	27	7
Достаточно сложно	49	5
Достаточно легко	14	3
Очень легко	3	10
Затрудняюсь ответить	7	4

8-ой фактор: *Влияние крупного бизнеса* - на малый с высокой факторной нагрузкой. Стоит отметить, что выход на региональные рынки крупного отечественного или иностранного бизнеса не только усложняет конкурентную среду, но и его стандарты ведения дел всех малых предприятий, не зависимо от уровня взаимоотношений с ним. При ответе на вопрос о том, как влияют крупные компании на условия работы малого бизнеса, между респондентами не было единодушия. Так, 24 процента ответили, что крупный бизнес мешает деятельности малого бизнеса; 19 процентов отметили, что крупный и малый бизнеса не заинтересованы, между собой и пересекаясь друг другу не противоречат; 34 процента отметили, что крупный бизнес позитивно влияет на развитие малому бизнесу, но и негативно; а 7 процентов отметили, что крупный бизнес оказывать содействие развитию малого бизнеса.

Таблица 3.19.

Если оценивать в целом, то, как влияют крупные компании на условия работы малого бизнеса в вашем регионе? (в %)

В основном мешают работать малому бизнесу	24
Интересы крупного и малого бизнеса не пересекаются и друг другу не противоречат	19
Иногда крупный бизнес помогает малому бизнесу развиваться, иногда мешает	34
В основном крупный бизнес способствует развитию малого бизнеса	7
Затруднились ответить	16

Малый бизнес обеспечивает решение экономических и социальных задач. В связи с этим, наши власти видят одной из приоритетных задач развитие малого предпринимательства как рыночного института. Однако за время экономического подъема темп роста предпринимательской активности так и не смог приблизиться к уровню развитых стран мира.

Следующей важной стороной, влияющей на развитие предпринимательства, является исследование факторов, имеющих деструктивное воздействие на развитие малого предпринимательства. Их можно классифицировать следующим образом (рис. 22).

Факторы, связанные с состоянием рынков необходимых ресурсов. Характерными негативными условиями производства в МП являются:

- несвоевременность необходимой и достоверной информации о ресурсах и их доступа, это ограничивает конкуренцию;
- отсутствие заинтересованности местных органов по вовлечению ресурсов и оборудования в хозяйственный оборот в интересах предпринимательства.

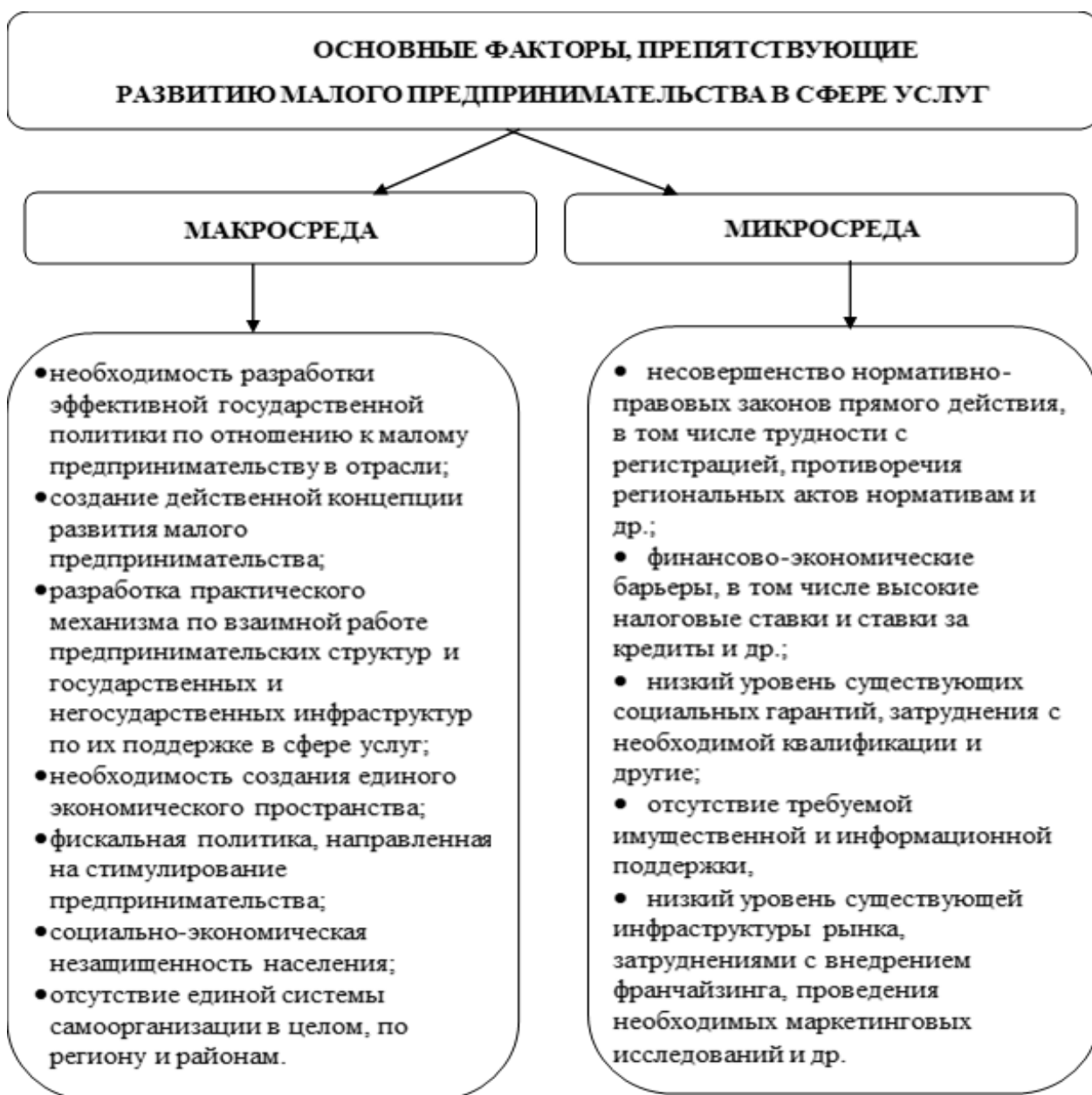


Рисунок 22. Институциональная среда развития малого предпринимательства в сфере услуг

1. Существующая нехватка в предпринимательстве производственных площадей и неиспользуемые производственные мощности крупных предприятий.
2. Сложившаяся ситуация на рынке материалов для МС и частного предпринимательства, которая повышает цену на продукцию базовых отраслей, а это минимизирует конкурентоспособность продукции МП.

3. Ситуация на финансовом рынке, отрицательно влияющая на МП. (кредит под большие проценты).
4. Рынка труда, где происходят серьезные региональные и отраслевые диспропорции. Недостаток квалифицированных кадров в областях управления, маркетинга и финансов.

В целом, мы считаем, что выявленные факторы, влияющих на развитие малого предпринимательства, способствуют выявлению основных направлений стимулирования этой важной составляющей рыночной экономики, то есть разработка государственной концепции развития МП и разработка соответствующего механизма по взаимовыгодной и взаимозависимой работе предпринимательства и государственных структур.

3.3. Социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательству в сфере услуг

Для анализа и оценки предпринимательского потенциала взрослого трудоспособного населения региона и получения необходимых данных обычно используется метод экспертных оценок с применением анкетного опроса по стандартизованному образцу. Согласно приведенной методики, в четырех районах Согдийской области Республики Таджикистан (Пенджикент, Айни, Мастча, Истаравшан) нами были проведены анкетные опросы, по которым были опрошены 340 респондентов. В ходе проведения опроса была использована методика, описанная в нашей работе. Полученные результаты показаны в приложении 1.

Анкетный опрос заключался в социально-демографическом исследовании отношения жителей к функционированию инновационных форм предпринимательской деятельности сферы услуг. В основном вопросы, заключались в том, чтобы выявить следующее: общее отношение взрослого трудоспособного населения региона к предпринимательству в сфере услуг;

имеющийся экономическо-финансовый потенциал анкетированного и его семьи; социальный статус анкетированного и членов его семьи; имеющийся потенциал для ведения собственного бизнеса; уровень знаний, профессиональные качества, навыки и умения в своей сфере деятельности.

Анализ полученных ответов показал, что из общего количества опрошенных респондентов хотят свой бизнес 35,5 процентов, а 26,6 процентов, которые работают в сфере малого бизнеса, хотят заниматься индивидуальным предпринимательством. Эти данные позволяют нам, при необходимости проводить углубленный анализ и оценку предпринимательского потенциала взрослого трудоспособного населения этих регионов, выявить факторы, которые могут препятствовать развитию предпринимательской деятельности.

Анализ ответов опрошенных показал, что большинство из них имеют личный положительный взгляд к предпринимательству в сфере услуг (табл.3.22).

Таблица 3.22.

Как Вы относитесь к предпринимательской деятельности в сфере услуг? (% опрошенных)

Отношение к бизнесу Вид деятельности	Положительно	Скорее положительно	Отрицательно	Скорее отрицательно	Затрудняюсь ответить
Торговля	36,5	25,6	15,6	13,4	8,9
Бытовое обслуживание	29,1	26,5	19,7	14,0	10,7
Банковский сектор	15,3	12,6	24,2	27,1	20,8
Малый бизнес	31,0	28,1	15,3	13,2	12,4
Индивидуальный бизнес	31,0	20,2	14,0	16,1	18,7

По данным табл. 3.22., отношение населения к предпринимательству в сфере услуг в большинстве сферах является положительным:

- торговля соответственно - 62,1% положительно, 29,0% отрицательно;
- бытовое обслуживание - 55,6% и 33,7%;

- малый бизнес - 59,1% и 28,5%;
- индивидуальный бизнес - 51,2% и 30,1%.

Из данной таблицы следует, что, в основном, отношение населения к банковскому сектору (51,3%) отрицательное.

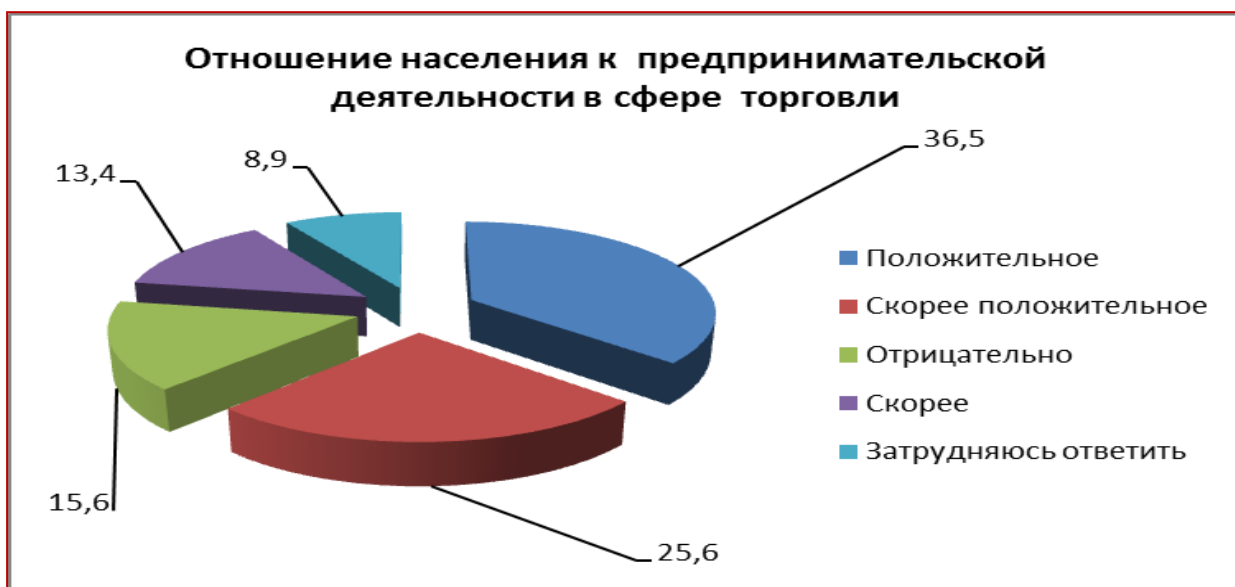


Рисунок 23. Диаграмма отношения населения к предпринимательству в сфере торговли

Практика показывает, что если в отношении семейного предпринимательства срывает сочувствие, то это может привести к тому, что у определенной части населения может появиться желание заниматься предпринимательской деятельностью. Из анализа результатов экспертных оценок можно сделать вывод, что в исследуемом регионе отношение трудоспособного населения к малому бизнесу в сфере услуг в основном положительно. Например, у опрошенных занимаются малым бизнесом в сфере услуг родственники- 19%, друзей- 35%, соседей- 28%.

Данные факты свидетельствуют, что достаточное количество трудового населения региона имеют положительное отношение к предпринимательству

как неотъемлемому элементу рыночной экономики и более важному источнику получения прибыли и улучшения уровня жизни.

Анализ полученных анкет показывает, что положительное отношение к малому бизнесу в сфере услуг респонденты объясняют следующими причинами:

- улучшение жизненных условий - 61%;
- хорошие финансово-имущественные возможности успешно развивать свой бизнес - 56%;
- оптимистическая оценка будущего малого бизнеса в сфере услуг в своем регионе - 52%;
- возможность привлечения отечественных и иностранных инвестиций в регион - 66%;
- склонность к занятию предпринимательством в сфере услуг - 58%.

Таблица 3.23.

Наличие предпринимателей в сфере услуг в ближайшем окружении опрошенных, %

Ближайшее окружение опрошенных	Действующие предприниматели	Будущие предприниматели	Не занимаются предпринимательством
Друзья	35,5	24,5	40
Соседи	28,4	32,6	39
Знакомые	25,6	36,1	38,3
Родственники	19,2	35,0	45,8

Отрицательное отношение некоторых респондентов к малому бизнесу в сфере услуг можно разделить, в основном на следующие причины:

- отсутствие финансовых возможностей для открытия собственного бизнеса - 21%;
- отсутствие веры в положительном итоге занятия предпринимательской деятельности (пессимизм) - 23%;

- не созданы необходимые условия и отсутствие инновационных технологий для развития малого бизнеса в регионе - 21%;
- существующая отдаленность региона от центра, нестабильное электроснабжение в осенне-зимний период, что усложняет работу предпринимателей региона - 47%;
- низкий спрос населения на продукцию, производимую местными предпринимателями - 26%.

Но, несмотря на это, проведенное исследование показывает, что население региона, особенно молодежь, воспринимают предпринимательскую деятельность как важный фактор повышения благосостояния населения.

Проведенное анкетирование позволило выявить зависимость по отношению к занятию предпринимательством исходя из различия в уровне доходов населения. Так, среди анкетированных с доходами менее 1500 сомони в месяц на одного члена семьи около 59% опрошенных респондентов положительно воспринимают малое предпринимательство. Но среди анкетированных с доходами более 1500 сомони положительно воспринимают малое предпринимательство свыше 75%.

Другая особенность по отношению к занятию предпринимательством является возрастные различия между респондентами. Так, более 75% молодых людей в возрасте от 22-33 лет положительно относятся к малому бизнесу. Среди респондентов в возрасте 35-55 лет 56%, имеют отрицательное отношение к малому бизнесу.

Следующее дифференциация отношения респондентов к малому предпринимательству в сфере услуг зависит от степени образования. Анализ показывает, что если среди опрошенных респондентов со средним образованием доля положительно относящихся к малому предпринимательству в сфере услуг составляет 65%, то среди имеющих высшее образование данная цифра составляет 88%.

Также имеется большее колебание в зависимости от социально-профессионального статуса опрошенных респондентов. Например, если среди людей разных профессий доля положительно относящихся к малому предпринимательству составляет 66%, то данный показатель среди действующих предпринимателей составляет более 82%.

Следует отметить различия в отношении к малому предпринимательству в сфере услуг среди отдельных категорий опрошенных, которые имеют достаточный опыт руководителя в сфере малого бизнеса. Например, если среди респондентов, которые в прошлом были руководителями, доля положительно оценивающих малое предпринимательство составляет около 94%, то среди респондентов, не имеющих опыт руководства малыми предприятиями, данная цифра равна 72%.

Установлено, что отношение населения к малому предпринимательству в сфере услуг имеет положительную динамику (табл. 3.24. и рис. 24.).

Таблица 3.24.

По вашему мнению, как изменилось отношение населения к малому предпринимательству в сфере услуг за последнее 3-4 года?

(% опрошенных)

Отношение к малому бизнесу в сфере услуг	Стало лучше	Не изменилось	Стало хуже	Затрудняюсь ответить
В вашем районе, городе, селе	44,0	29,1	9,2	17,7
В вашей области	37,2	29,2	6,2	27,4
В вашей стране в целом	34,5	35,0	9,9	20,6

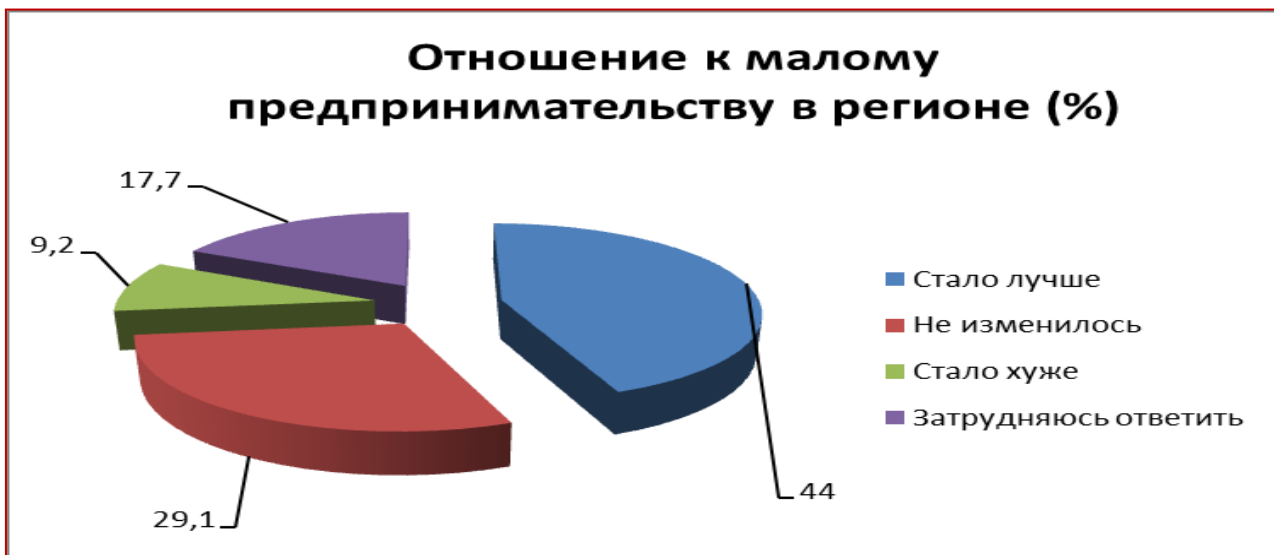


Рисунок 24. Отношение населения к малому предпринимательству в сфере услуг

Модификация отношения жителей к малому предпринимательству в сфере услуг зависит от уровня дохода и объема финансово-имущественного потенциала своей семьи. Полученные результаты показывают, что респонденты, которые имеют достаточный уровень для своей жизни, оценивают отношение к малому предпринимательству в сфере услуг, а анализ социально-демографического статуса среды предпринимателей показал, положительный результат населения (успешные, благополучные в финансовом отношении).

36,4 процента респондента отметили, что повысили уровень жизни своей семьи; 27,4 процента ответили, что им чрезвычайно тяжело приспособливаться к условиям рынка, но их жизнь не очень улучшился; 16,3 процента отметили, что у них в будущем получится (табл. 3.20).

Как выше было отмечено, из общего объема опрошенных респондентов некоторые из них заявили, что имеют желание и возможность открыть свой бизнес, но по некоторым причинам еще не приняли решения. 35,5 процентов респондентов можно рассматривать как потенциальных будущих субъектов малого предпринимательства.

Таблица 3.25.

Уровень адаптированности к жизни в условиях рынка представителей
различных групп респондентов, %

Вопросы	Действующие предприниматели	Будущие предприниматели	Не занимаются предпринимательством
Приспособился и повысил уровень и качества жизни членов своей семьи	36,4	28,7	34,9
Очень трудно адаптировался с условиями рынка, но жизнь не очень улучшился	27,4	23,1	49,5
Иногда удается, иногда нет	29,4	35,6	35
Не адаптировался, но надеюсь, что в будущем получится	16,3	32,0	51,7
Не верю, что в будущем удастся приспособиться	12,7	26,5	60,8
Не могу ответить	15,8	26,7	57,5

Анализ показывает, что большинство потенциальных будущих предпринимателей являются лица, которые относятся к группе населения с не очень высокими доходами. Более 55% потенциальных будущих предпринимателей являются молодые люди в возрасте 22-33 лет, имеющих высшее и среднее специальное образование. На наш взгляд, это, в основном те люди, которые не имеют достаточные финансовые ресурсы, чтобы открыть собственное дело.

Кроме этого, среди людей, желающих открыть собственный бизнес более 78% занимаются в предпринимательстве сферы услуг.

Необходимо отметить, что в современных условиях роль основных структур поддержки и стимулирования развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг в основном выполняют социальные сети. Начиная предприниматель именно от людей своего ближайшего окружения получает опыт, знания и навыки для открытия собственного дела. Например, будущие предприниматели отметили, что 24,5% их друзей, 32,6% - соседи, 36,1% - знакомые и 35,0% родственники занимаются

предпринимательской деятельности в сфере услуг и могут помочь начинающим предпринимателям в трудоустройстве.

В таблице 3.26 и рисунке 25 приведены результаты опроса о цели открытия своего бизнеса. 48,8% респондентов заявили, что желают стать самостоятельным предпринимателем и получать больше прибыли. 16,2% - желают лучше обеспечить свою семью, 18,0% желают принимать участие в развитии экономики региона, 12,3% - получить опыт и больше развивать свой бизнес и 5,3% намерены в дальнейшем открыть малое производственное предприятие.

Таблица 3.26.

С какой, целью Вы хотите открыть свой бизнес?

Причины и мотивы для открытия своего бизнеса	В % от опрошенных респондентов (N=360)	В % от числа потенциальных предпринимателей (N=128)	
Стать самостоятельным предпринимателем и получать больше прибыли	48,2	40	
Лучше обеспечить свою семью	16,2	18,6	
Принимать участие в развитии экономики региона	18,0	17,4	
В дальнейшем открыть малое производственное предприятие	5,3	6,9	
Получить опыт и больше развивать свой бизнес	12,3	15,1	

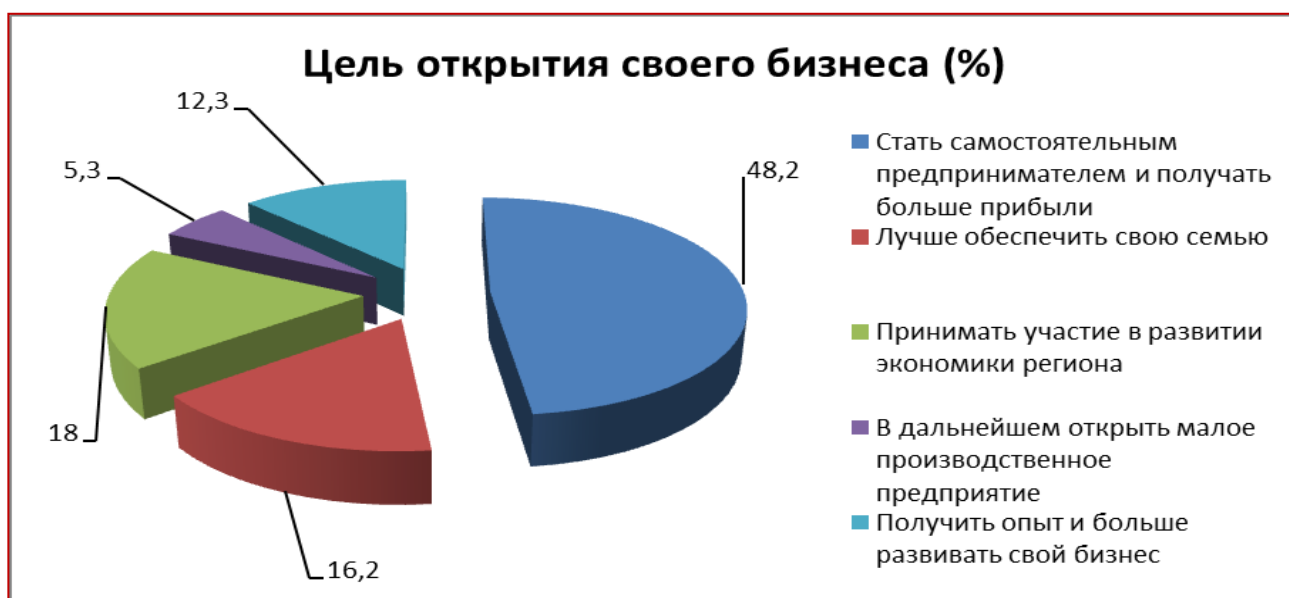


Рисунок 25. Диаграмма ответов на вопрос о цели открытия своего бизнеса

Анализ полученных ответов показал, что от желания общего характера к конкретным результатам создания современного предприятия хотят всего 25-30 процентов потенциальных предпринимателей. Однако необходимо отметить, что важный фактор, это финансовые ресурсы для того, чтобы открыть свой бизнес; 33,2 процентов ответили, что основной источник получения финансовых ресурсов для бизнеса, это кредитные организации (табл. 3.27).

Таблица 3.27.

Назовите основные источники получения денежных средств для открытия своего бизнеса

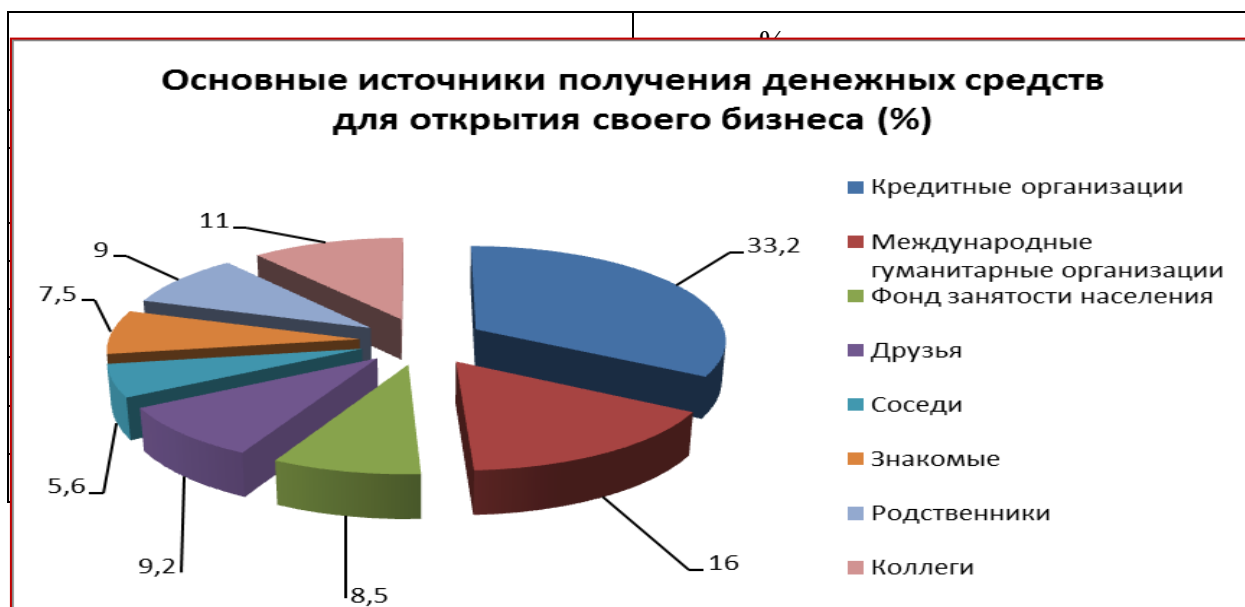


Рисунок 26. Диаграмма ответов на вопрос об основных источниках получения денежных средств для открытия своего бизнеса

Данные таблицы 3.27. и рисунке 26 свидетельствуют о том, что другими источниками получения денежных средств для открытия бизнеса потенциальным предпринимателям являются: международные гуманитарные организации (16,0%); фонд занятости населения (8,5%); друзья (9,2%); соседи (5,6%); знакомые (7,5%); родственники (9,0%); коллеги (11,0%);

Таблица 3.28.

Рассчитываете ли Вы получить денежные средства из следующих источников для открытия своего бизнеса (%)?

Источник средств	Категория ответивших	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Кредитные организации	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	45,9	28,9	25,2
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	38,2	24,6	37,2
Правительственные программы по поддержке малого бизнеса	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	40,3	30,9	28,8
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	41,2	33,6	25,2
Международные гуманитарные организации	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	27,6	32,0	40,4
Фонд занятости населения	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	31,3	29,0	39,7
Личные средства	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=64)	39,0	25,2	35,8
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=48)	33,8	28,9	37,3
Средства семьи	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	39,1	27,3	33,6
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	22,3	36,0	41,7
Средства друзей	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	20,6	45,6	33,8
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	33,4	43,9	22,7
Средства знакомых	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	25,6	40,9	33,5
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	33,7	50,9	15,4

Продолжение таблицы 3.28.

Средств коллег	От опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)	37,0	20,9	42,1
	От числа людей, которые работают в малом бизнесе и хотят открыть свое дело (N=96)	25,1	39,4	35,5

От общего числа опрошенных респондентов 59,1% заявили, что они давали деньги другим людям в долг для открытия бизнеса, а 40,9% отметили, что не давали деньги другим людям (табл. 3.29.).

Таблица 3.29.

Давали ли Вы другим людям деньги в долг для открытия бизнеса, %

Ответ	От всех опрошенных (N=360)	От числа опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)
Да	59,1	33,0
Нет	40,9	67,0

Таблица 3.30.

Каким категориям людей Вы давали деньги в долг для открытия бизнеса, %

Ответ	От всех опрошенных (N=360)	От числа опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)
Близким и надежным друзьям	25,0	21,6
Близким родственникам	14,5	28,3
Дальним родственникам	10,6	9,6
Надежным коллегам по работе	24,6	19,6
Знакомым на основе залога, по низким процентам	17,9	14,3
Знакомым на основе расписки, по высоким процентам	7,4	6,6

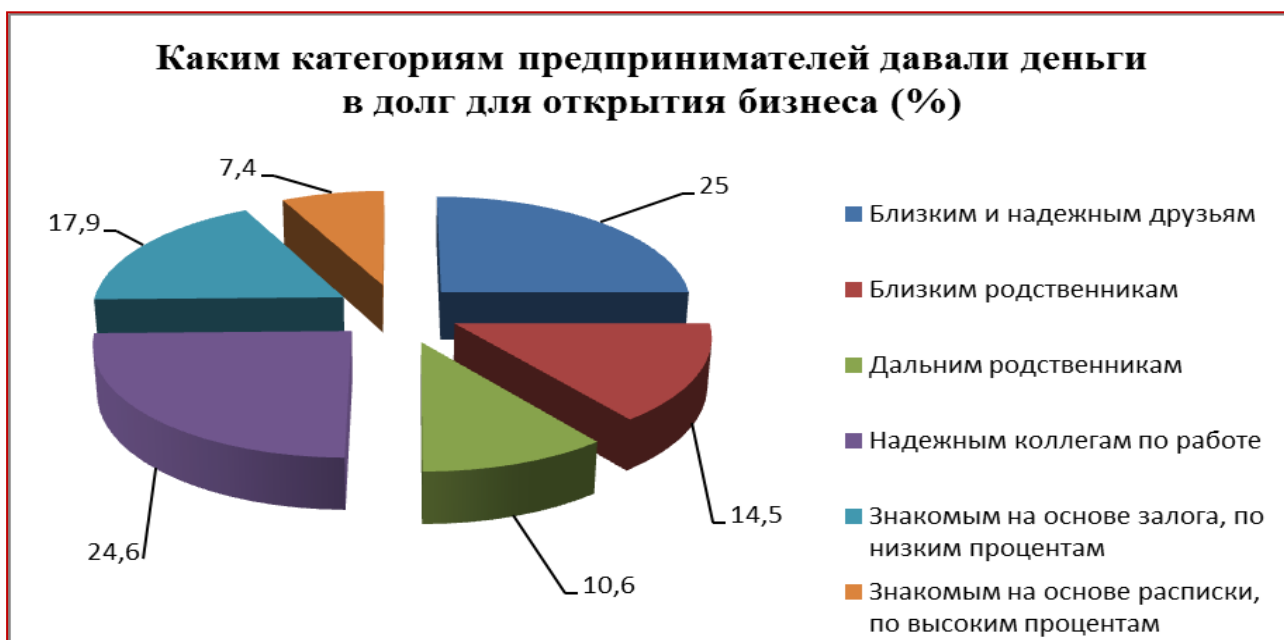


Рисунок 27. Диаграмма ответов на вопрос «Каким категориям людей Вы давали деньги в долг для открытия бизнеса?»

На основе анализа ответов опрошенных респондентов нами выявлены несколько проблем, связанных с деятельностью субъектов предпринимательства в сфере услуг. Более 160 опрошенных респондентов (44,5%) заявили, что организация малого бизнеса представляет собой сложный процесс, сопровождающийся многочисленными финансовыми, социальными и, правовыми проблемами, встречающимися на его пути, как:

- регистрация и получения лицензии на осуществление предпринимательской деятельности;
- высокие налоговые ставки;
- незащищенность предпринимателей с социальной точки зрения;
- большое число проверок со стороны различных органов государственной и местной власти;
- неразвитость инфраструктуры сферы услуг и т.д.

Следует отметить, что, по мнению 35% опрошенных респондентов административные преграды являются одним из основных причин, которые

препятствуют работе субъектов малого предпринимательства. Более 45% опрошенных заявили, что в результате проведения несколько проверок в год со стороны различных органов государственной и местной власти многие субъекты малого бизнеса прекращают свою работу. Около 32% опрошенных отметили, что встречаются и случаи нелегального бизнеса, особенно эпизодического, в котором участвуют большое количества продавцов, закупщиков, перекупщиков, посредников и т.д.

Анализ ответов опрошенных респондентов позволяет сделать вывод, что основными причинами закрытия вновь созданных предприятий являются недостаточность финансовых ресурсов, высокие налоговые ставки, высокий уровень предпринимательских рисков, низкий и неэффективный менеджмент и реклама, недостаточность высококвалифицированных специалистов и т.д.

Мы считаем, что другие проблемы, высказанные опрошенных респондентов, не являются ключевыми причинами неуспешной деятельности субъектов малого предпринимательства в сфере услуг.

Важным этапом проведенных исследований по анкетированию на заключительном этапе явилось выявление самых необходимых условий и предпосылок для занятий предпринимательской деятельности в сфере услуг (табл. 3.31.).

Таблица 3.31.

Какие, по Вашему мнению, самые необходимые условия для становления и развития малого предпринимательства в сфере услуг?
(% опрошенных)

Ответ	От всех опрошенных (N=360)	От числа опрошенных, которые намерены открыть свой собственный бизнес (N=128)
Наличие необходимых денежных средств	19,2	21,8
Налоговые льготы	4,2	3,9
Надежные партнеры	5,6	7,9
Развитая инфраструктура	4,7	5,1

<i>Продолжение таблицы 3.31.</i>		
Спрос на оказываемые услуги со стороны потребителей	9,6	8,7
Банковские кредиты по низким процентам	18,8	21,8
Наличие бизнес-плана	5,6	5,0
Диверсификация деятельности	7,2	6,0
Умение управлять потенциальными рисками	8,4	3,4
Наличие в команде высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов	9,8	8,6
Высокий уровень менеджмента и маркетинга	6,9	7,8



Рисунок 28. Диаграмма ответов на вопрос - необходимые условия для становления и развития малого предпринимательства в сфере услуг (%)

Как показано в табл. 3.31 и рисунок 28, по мнению опрошенных респондентов, основными предпосылками для старта предпринимательской деятельности в сфере услуг являются: наличие необходимых денежных средств (19,2%); банковские кредиты по низким процентам (18,8%); наличие в команде высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов (9,8%); большой спрос со стороны покупателей (9,6%) и т.д.

От общего числа опрошенных респондентов, которые намерены открыть свой собственный бизнес, 21,8% считают, что начало предпринимательской деятельности в сфере услуг зависит от наличия необходимых денежных средств.

Проведенный опрос позволяет нам, сделать вывод, что отношения населения исследуемых регионов к предпринимательской деятельности в сфере услуг в целом положительно. Несмотря на существующие проблемы и барьеры, подавляющее большинство молодежи данных регионов имеют склонность к предпринимательской деятельности в сфере услуг, что является важным фактором стимулирования дальнейшего развитию малого бизнеса в сфере услуг.

Следовательно, проведенные исследования позволили оценить результаты социально-демографического анализа по выявлению отношения трудоспособных жителей выбранного объекта к предпринимательству в сфере услуг, основанной для разработки и использования научно-обоснованных вариантов, влияющих на перспективу развития малого предпринимательства в сфере услуг в регионах Республики Таджикистан.

При этом другим важным направлением для оценки деятельности предпринимательского сектора является исследование такого параметра как их устойчивость. Для оценки устойчивости необходим комплексный подход, заключающийся в анализе внутренней среды предприятия и определения, сильных и слабых его сторон.

Таким образом, полученные результаты по данной главе исследования целесообразно можно использовать по экономико-математическому моделированию определения спроса и оптимизации размещения предприятий малого предпринимательства в сфере услуг Таджикистана.

Выводы по третьей главе

В третьей главе выявлены тенденции малого предпринимательства в сфере услуг и определены влияние факторов на его развитие в современных условиях, а также осуществлен социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг.

По мнению диссертанта, малое предпринимательство имеет важное значение в решении экономических и социальных задач, влияет на рост валового внутреннего продукта Республики Таджикистан, а также повышает уровень благосостояния населения. В этой связи, в диссертации осуществлен анализ основных показателей деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Таджикистан.

Анализ показал, что за 2014-2020 году в республике увеличилось число действующих малых предприятий на 7,62 %, среднесписочная численность работающих (без совместителей) увеличилась в 9 раза, а выручка от реализованной продукции (работ, услуг) за год на 13,9 %.

По мнению автора, форма введения предпринимательской деятельности на основании свидетельства является достаточно удобной с точки зрения построения работы с регулирующими органами, а также предоставления отчетности. В республике наблюдается динамичное и конструктивное развитие индивидуальное предпринимательство в количественном и качественном выражении.

В диссертации выявлены факторы внутренней и внешней среды, оказывающих влияние на развитие малого предпринимательства в сфере услуг. На основании выявленных факторов в процессе исследования автором проведен анкетный опрос 100 респондентов-представителей малого предпринимательства в сфере услуг.

К числу основных факторов, препятствующих развитию малого предпринимательства в сфере услуг, автором в работе обоснованы:

несовершенство нормативно-правовых законов прямого действия, в том числе трудности с регистрацией; финансово-экономические барьеры, в том числе высокие налоговые ставки и проценты за кредиты; низкий уровень существующих социальных гарантий, затруднения с необходимой квалификацией; отсутствие требуемой имущественной и информационной поддержки; низкий уровень существующей инфраструктуры рынка, затруднения с внедрением франчайзинга, проведения необходимых маркетинговых исследований и др.

В диссертации также осуществлен социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг. Для анализа и оценки предпринимательского потенциала взрослого трудоспособного населения и получения необходимых данных обычно используется метод экспертных оценок с применением анкетного опроса по стандартизованному образцу. Используя названную методику в работе был проведен анкетный опрос 340 респондентов в четырех районах Согдийской области Республики Таджикистан (Пенджикент, Айни, Мастчоҳ и Истаравшан).

Анкетный опрос заключался в социально-демографическом исследовании отношения жителей к функционированию малого предпринимательства в сфере услуг. В основном вопросы, заключались в том, чтобы выявить общее отношение взрослого трудоспособного населения к предпринимательству в сфере услуг, имеющийся экономическо-финансовый потенциал анкетированного и его семьи, имеющийся потенциал для ведения собственного бизнеса и уровень знаний, профессиональные качества, навыки и умения в своей сфере деятельности.

Анализ ответов опрошенных показал, что большинство из них имеют положительный взгляд к предпринимательству в сфере услуг.

Анализ полученных данных показал, что положительное отношение к малому бизнесу в сфере услуг респонденты объясняют следующими

причинами: улучшение жизненных условий – 61 %; хорошие финансово-имущественные возможности успешно развивать свой бизнес – 56 %; оптимистическая оценка будущего малого бизнеса в сфере услуг в своем регионе – 52 %; возможность привлечения отечественных и иностранных инвестиций в регион – 66 %; склонность к занятию предпринимательством в сфере услуг – 58%.

Отрицательное отношение некоторых респондентов к малому предпринимательству в сфере услуг можно разделить, в основном на следующие причины: отсутствие финансовых возможностей для открытия собственного бизнеса – 21 %; отсутствие веры в положительном итоге занятия предпринимательской деятельности (пессимизм) – 23 %; не созданы необходимые условия и отсутствие инновационных технологий для развития малого бизнеса в регионе – 21 %; существующая отдаленность региона от центра, что усложняет работу предпринимателей региона – 47 %; низкий спрос населения на продукцию, производимую местными предпринимателями – 26%.

По мнению опрошенных респондентов, основными предпосылками для старта предпринимательской деятельности в сфере услуг являются: наличие необходимых денежных средств (19,2%); банковские кредиты по низким процентам (18,8%); наличие в команде высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов (9,8%); большой спрос со стороны покупателей (9,6%) и т.д.

Проведенные исследования позволили оценить результаты социально-демографического анализа по выявлению отношения трудоспособного населения к предпринимательству в сфере услуг, которое служит основой для разработки научно-обоснованных рекомендаций на перспективу развития малого предпринимательства в сфере услуг.

ГЛАВА IV. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

4.1. Экономико-математическое моделирование определения спроса населения на платные услуги

Совершенствование сферы услуг можно считать одним из наиболее значимых факторов развития экономики в XX века, когда это послужило причиной быстрого развития. Влияние сферы услуг является одним из воздействий постепенного преобразования одного из фундаментальных понятий экономики «товар». Видные представители классической школы экономики, исследуя такие термины, как «продукция», «товар» и «изделия» обозначают их как результат производственной деятельности, выставленный на продажу (Д. Рикардо и др.).

В то же время специалисты по маркетингу (Д.Хеснет, Ф.Котлер, Р.Шапиро,) определяют товар как «физическое средство», предназначенное решить проблему по оказании услуги или выполнения конкретной полезной функции¹¹⁵ Развитие экономики предопределяют появление новых видов продукции, которые основаны на совместном принципе объединения услуг в товаре и т.д.

Наблюдаемые процессы в экономике дают возможность выдвижения гипотезы, что объемы потребления услуг начинают превалировать над объемами потребления материальных благ. Исследования показывают, что данная тенденция в будущем будет усиливаться.

Практика развития деятельности предприятий и отраслей сферы услуг показывает, что одним из определяющих факторов, которые способствуют успешной деятельности отрасли, является прогнозирование спроса.

¹¹⁵Котлер Ф. Основы маркетинга. М., Прогресс, 1993.-64с.

Направление функционирования экономических объектов, как правило, задействовано на достижение удовлетворения спроса физических и юридических лиц на предоставляемые услуги. Исходя из этого посыла, тезис о том, что спрос рождает предложение, имеет свое подтверждение.

На современный период, исследуя научную литературу по данной тематике, можно сделать вывод, что нет согласованного единого мнения по поводу существования испытанной методики по выявлению оценки самых существенных факторов, определяющих состояние спрос в этой сфере обслуживания населения. Разработка количественной оценки определения спроса на услуги затруднена вследствие того, что возникает проблема создания концепции, которая направлена на адекватное выяснение всех закономерностей функционирования сферы услуг.

Кроме того, данная концепция должна быть основана на закономерностях появления и трансформации отрасли в условиях перехода на рыночные отношения. Решение поставленной проблемы усложняется как недостаточной разработанностью методических приемов и моделей для проведения прогнозирования его динамики и структуры. Необходимо также подчеркнуть сложность решения ввиду того, что это зависит от предоставления полного информационного обеспечения. Таким образом, исходя из изложенного следует особая актуальность проведение соответствующих исследования и разработки методического инструментария по моделированию прогнозирования спроса на услуги.

В теоретическом плане, искомая методология, направленная на исследование главных тенденций трансформации объема спроса и проведение прогнозного моделирования должна проводиться на основании системы параметров двух типов (рис. 29).

Рассмотрение факторов, которые определяют объем спроса, исходя из каждого уровня подчинения структуры иерархии:

- уровень национальной экономики;

- отраслевой уровень;
- уровень предприятия.

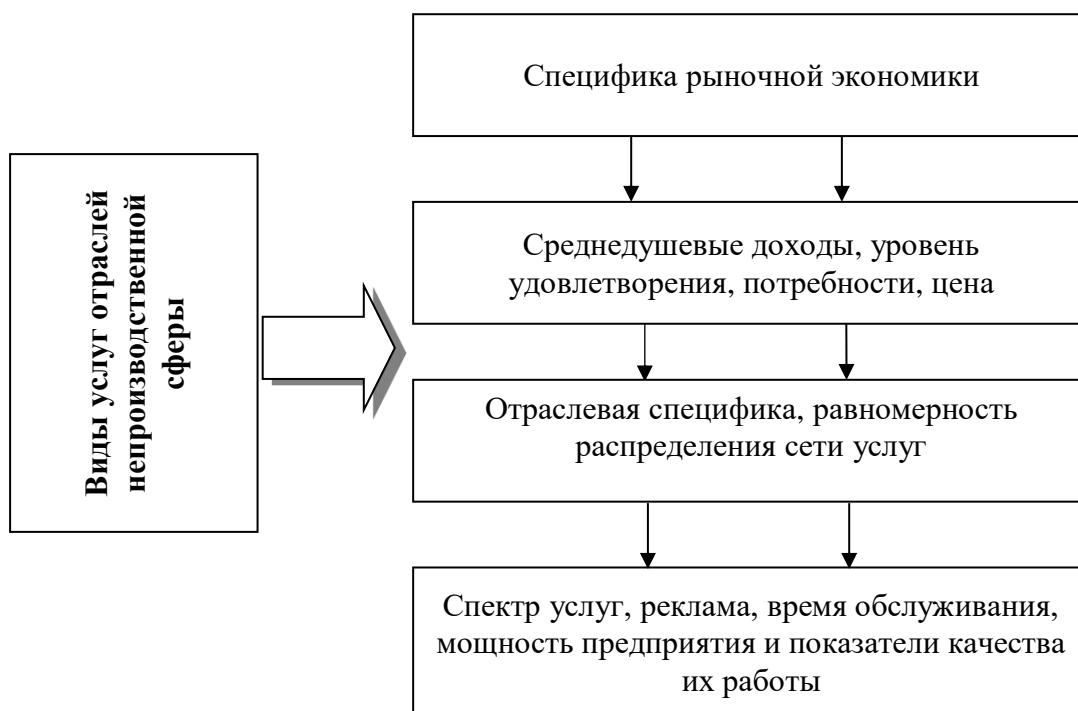


Рисунок 29. Совокупность характеристик комплекса параметров, которые определяют объем спроса в сфере услуг

Учет специфических условий, при которых происходит исследуемые этапы развития экономики, начиная с анализа времени перехода на рыночные отношения и особенностей всех национальных условий.

При этом на мезо- и микроуровне существенным фактором является территориальный, определяющий равномерность спроса на услуги и качество обслуживания.

В работе нами исследуется постановка задачи моделирования объема спроса на разных уровнях иерархии. При этом необходимо проведение учета групп факторов, которые соответствуют определенным уровням. Нами рассматриваются как национальный, так и региональный уровень.

Теоретические основы, которые используются при прогнозировании спроса для рассматриваемых уровней иерархии экономики, заключаются в использовании следующих методик¹¹⁶:

– методика, направленная на проведение ретроспективного анализа, состоящего в учете существующего количества заявок на услуги и, на этой основе, выявление основных тенденций, определяющих их прогнозный объем. Исследование опыта его использования в условиях административно-командной системы показал неэффективность искомого метода. Неприемлемость этого метода усиливается, если он используется, когда происходит быстрое изменение условий, в которых наблюдается функционирование исследуемых экономических объектов, что также характерно для современных условий страны;

– методика, которая заключается в проведении классического прогнозирования спроса на основе учета ограниченного числа основных параметров, в число которых могут входить доходы и цены. Этой методике придерживались многие известные экономисты-теоретики (А. Маршалл, В. Парето, Л. Вальрас, Д.Хикс, Г.Кассель и др.). В центре методике - проведение анализа поведения потребителя. Важное место в методике также отводится исследованию параметров, определяющих объем спроса, в частности, например, анализ наблюдаемых пропорций между спросом и предложением, между ценой и доходами;

– модифицированная методика представляет собой пример проведения адаптации классической методике к функциональному процессу, который формирует спрос на продукцию отрасли сферы услуг. Модифицированная методика основывается на современной концепции формирования спроса и предложения на рынке, согласно которой проведение эффективного прогнозирования зависит от целого множества взаимозависимых параметров.

¹¹⁶Журавлев С.Н. Методы прогноза структурных изменений материально-финансовой сбалансированности экономики: Дис. ... д-ра экон. наук. М., 1990.- с. 83.

Эти взаимозависимые параметры определяют существующую специфику отраслевого производства. Кроме того, они выявляют и имеющиеся особенности предоставления и потребления услуг, с учетом условий перехода к рынку.

Искомая модифицированная методика в своей основе имеет многие гипотезы, принятые в современных теоретических исследованиях экономики переходного периода. Причем необходимо отметить, что классические теории спроса, в современной практической деятельности, не всегда точно соблюдаются, а скорее всего имеют тенденцию к трансформированию имеющего опыта.

Такая тенденция предопределена тем, что кардинально поменялось поведение современного потребителя товаров и услуг. Исследователи отмечают, что именно экономика переходного периода является причиной отклонения практической экономической деятельности от классического подхода¹¹⁷. Для анализа этой ситуации, рассмотрим случаи, для которых имеют место указанные несоответствия:

– состояние ажиотажного спроса, который проявляется, в основном, в условиях гиперинфляции. В данном случае, определяющим фактором становится обесценивания денежной массы, которая становится главным по сравнению с имеющимся объемами доходов и цен. Отсюда следует такое поведение потребителя, когда функция полезности преобразуется и, соответственно, не имеет пределов насыщения, что обуславливает его иррациональное поведение;

– финансовая система государства, которая допускает двухвалютное денежное обращение, когда вместе с обесценивающейся национальной валютой в стране используется иностранная валюта. Это обуславливает состояние, при котором ожидаемый спрос на товары и услуги деформируется

¹¹⁷ Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность. -М.: "Экономика", 1997.- 42с.

спросом на валюту, что является фактором возникновения проблем тезаврации доходов и отложенного спроса;

– состояние повышенного спроса, когда особое предпочтение вызывает группа товаров, наименее подверженные влиянию гиперинфляции. Это обеспечивает стабилизацию положения потребителя на рынке товаров, когда имеется вероятность появления неопределенности конъюнктурного спроса. К таким товарам можно отнести недвижимость, автомобили повышенного класса, предметы длительного пользования, изделия из золота и драгоценных металлов и т.д. Повышенный спрос на данные виды товаров состоит не столько в их потребительских свойствах, сколько в состоянии их ликвидности. Ценность данных видов товаров для покупателя является способностью быстрого превращения в наличность и возможно с возрастанием вложенных финансов на покупку.

Такое поведение и указанные особенности, которые характерны для переходного периода, можно фиксировать и на рынке услуг. Это происходит от того, что наблюдаемая ситуация на рынке товаров является мерилем поведения состояния потребности в услугах, которые зависят от потребления или эксплуатации приобретаемого товара. Причем можно отметить, что деформация рынка услуг оказывается еще более сильнее, так как имеет специфические особенности, которые определяют принципиальным различием товаров и услуг, проявляющиеся в следующих взаимосвязанных факторах:

- различие, исходя из своей физической природе, так как товары представляют собой материальный объект, в то время услуги, как правило, нематериальны;

- ссуществующая взаимосвязь основных этапов производства и потребления имеет противоположный характер. Это проявляется в том, что для товаров эти этапы в некоторой степени автономны, а для сферы услуг они совмещены.

Важным условием, определяющим функционирование рынка услуг, является наличие доверительных отношений и тесных взаимосвязей между производителем и клиентом, что также обуславливает возможность разрушения хозяйственных связей.

В целом, на основании анализа научной литературы, можно констатировать, что рынок услуг является отраслью экономики, которая испытывает сильную дифференциацию, как по диапазону оказываемых услуг, так и по их качественному и ценовому спектру.

Это предопределено существованием наблюдаемой резкой дифференциацией доходов. При этом качество услуги должно принимать во внимание такие параметры, как выполнение соответствующих технологических требований к рассматриваемой услуге, своевременностью оказания (минимизация ожидания в очереди), уровнем комфортности получения услуги, понятным и доступным интерфейсом по доступу к информационному обслуживанию клиента. Все это должно учитываться в соответствии с региональными особенностями сети обслуживания и т.д.

Существенное воздействие на предоставление спроса влияет также существующая отраслевая специфика¹¹⁸.

Анализ факторов, которые влияют на прогнозирование спроса, показывает определенную сложность проводить эти действия на фоне простых параметров.

Проводимый обзор научных исследований, которые направлены на анализ функции спроса, показывает, что совершенствование сферы услуг во многом зависит от надежного метода прогнозирования спроса. Для совершенствования сферы услуг и метода прогнозирования спроса необходимо принимать во внимание следующие группы факторов, которые влияющих на прогноз рассматриваемого товара или услуги:

¹¹⁸ Козак В.Е. Непроизводственная сфера: вопросы теории. - Киев, Наукова думка, 1979.-156с.

- учет качественных характеристик предоставляемых услуг;
- состояние условий внешней среды для предоставления видов и направлений услуг.

Исходя из изложенного, видно, что применение модифицированной методики основывается на применении разработанных статистических методов обработки и анализа параметров, полученных из наблюдений по состоянию доходов и цен и с другой стороны принимать во внимание другие определяющие факторы, от наличия которых зависит качественные характеристики товара и спрос на него.

Проведение расчетов по модифицированной методике должен проходить для соответствующих выборок для социально-экономических групп, которые могут иметь различие в приоритетах потребительского поведения.

В общем числе методов прогнозирования на современном этапе можно насчитать более двухсот. Но в практической деятельности используется около двадцати.

В своих исследования С.Н. Журавлев отмечал, что: «...приемы и методы прогнозирования, как аналоговые, имитационные, методы экстраполяции, нормативные или рационализированные прогнозныe расчеты, методы статистического моделирования, прогнозирование по коэффициентам эластичности»¹¹⁹.

Формирование интеллектуально-развитого общества выдвигает настоятельную необходимость разработки методики для научно-обоснованного обоснования перспективных тенденций развития как научно-технических, так и социально-экономических условий.

¹¹⁹Журавлев С.Н. Методы прогноза структурных изменений материально-финансовой сбалансированности экономики: Дис. ... д-ра экон. наук. М., 1990.-85с.

Для обоснования перспективных тенденций развития экономики важно на уровне правительства создать стратегический план масштабного развития, где должны быть указаны направления развития всех сфер деятельности национальной экономики. При этом должно быть установлено, что главной функцией разработки повышения уровня жизни граждан состоит в разработке мер влияния госадминистрации на потенциальный экономический рост.

Одним из важных постулатов развития является мнение, что с помощью принятия управленческих решений государство может направить рыночную экономику страны на путь социализации рыночной экономики. Вместе с тем, необходимо определить какие отрасли экономики попадают в эту сферу управления и какой уровень этого вмешательства. Анализ уровня такого вмешательства при принятии управленческих решений государством зависит, по нашему мнению, от сложившегося положения экономико-политического состояния внутри государства.

В сложившейся ситуации оценка влияние со стороны государства в экономический процесс выражается индикативным планированием (ИП), где наблюдаются слаженные действия разных государственных структур. По сути такое ИП можно рассмотреть, как информирование, стимулирование и направления развития. Отличие такого планирования от директивного состоит в том, что оно выражает действия взаимного характера между участниками хозяйственных отношений на равных условиях. Помимо прочего участники рынка имеют право голоса в процессе принятия экономических решений, но с большим перевесом в пользу государства, так как национальные интересы является приоритетами. Так, западные экономисты используют механизмы ИП для совместной деятельности между предприятиями в интересах государства. Ниже в таблице отображены этапы формирования ИП.

Процесс формирования индикативного плана

I этап	Разработка основных целей деятельности и прогнозирование имеющихся макроэкономических показателей (индикаторов)
II этап	Деагрегирование целей плана и основных макроэкономических показателей
III этап	Согласование показателей плана, их проверка на совместимость и сбалансированность

Для справки до пяти лет составляет временной цикл активности ИП, где основное время уделяется формированию контурам предполагаемого общественному и экономическому росту страны. Критериями ИП применяются в основном в виде предоставления исчерпываемых данных о состоянии национальной экономики. Такой план действий может охватывать приоритеты для среднесрочных целей, куда могут быть включены и механизмы структурных реформ.

Параллельно с этим разрабатываются такие положения, которые в основном направлены на развитие экономики, поиска иностранных вложений, разработка схемы движения финансовых потоков, определение диапазона сбалансированности экономики страны, прогноз инфляции и наличие конкуренции.

В рассматриваемом индикативном плане закреплено положение, согласно которому заданному уровню агрегирования плановых параметров приводится в соответствие необходимый уровень детализации состояния национальных счетов. Установленные требования показывают, что процесс разработки индикативного плана является последовательное уточнение прогнозных расчетов по экономическим показателям каждого планируемого периода времени.

По этому поводу ученый экономист Н.И. Иванов считал, что: «...расчеты проводятся поэтапно, где перед следующим уровнем проводятся соответствующие консультационно-корректировочные мероприятия. При

этом необходимо отметить, что при создании индивидуального предпринимательства используются механизмы экономико-математического моделирования, связанный с системой национальных счетов»¹²⁰.

Сформированный индивидуальный предприниматель является целенаправленной госпрограммой, которая ставит задачи по достижению уровня инвестиционной привлекательности. В то же время, следует отметить стратегическую составляющую индивидуального предпринимателя, где присутствуют механизмы поиска решений по вопросам конкуренции и сотрудничества, повышения уровня производственных мощностей при активном содействии государства на национальном и региональных уровнях.

Вышесказанное обуславливает назначение индикативного планирования как важнейшей составной части системы государственного регулирования экономики.

На данном этапе обзор стратегического развития экономического состояния государства можно рассматривать следующим образом, а именно - ретроспективный анализ и оценка текущего экономического состояния, и второе, - это вопросы, связанные с экономическим прогнозом.

В своих работах С.Н. Журавлев относительно методов прогнозов указывал, что: «...в век «ориентированного на потребителя» маркетингового подхода к организации бизнеса наиболее интересным становится метод планирования, учитывающий прогнозируемый спрос на товары и услуги. Спрос – это количество товара, которое покупатели желают и могут приобрести в течение определенного периода времени, это конкретная потребность, предъявленная на рынке, т.е. потребность, обеспеченная деньгами.

¹²⁰ Иванов Н.И. Управление качеством в сфере услуг (инфраструктурный подход: Дис.д-ра экон. наук. СПб., 2002.-54с.

Состав и уровень спроса зависят от многих факторов, как экономических, так и естественных. Экономические факторы наиболее мобильны, особенно распределение населения по уровню доходов, естественные факторы (за исключением демографического состава населения) меняются сравнительно медленно и в течение небольшого периода не оказывают влияния на спрос. Поэтому в текущих и перспективных прогнозах спроса все естественные факторы учитываются обобщенно, через фактор времени»¹²¹.

Доказано, что рынок функционирует за счет спроса и предложения, так как если имеется определенный спрос на продукцию, то предложение производителей должно удовлетворить потребителей как по цене, так и по качеству. В связи с этим планирование своей деятельности со стороны производителей по удовлетворению спроса на рынке должны быть максимально эффективны для предоставления возможности использовать все имеющиеся ресурсы чтобы получить прибыль.

Стоит отметить, что правильно поставленная работа в ходе планирования может минимизировать издержки, связанные с необоснованным простоем производственных мощностей, эффективно использовать свои ресурсы, а также своевременно реагировать на запросы рынка.

Суть планирования «спроса» заключается в том, чтоб максимально близко к реальным предсказать временные и количественные параметры, где от характера спроса зависит его формирование. Каждому хозяйствующему субъекту для контроля спросом следует знать факторы, которые могут влиять на объемы спроса. Исходя из этого систематизация факторов способствует определить наиболее значимые и наименее влиятельные на конечный результат деятельности.

¹²¹Журавлев С.Н. Методы прогноза структурных изменений материально-финансовой сбалансированности экономики: Дис. ... д-ра экон. наук. М., 1990.-63с.

В этой связи стоит отметить проведенные исследования Н.И. Иванова, где он утверждал, что: «...на основе этих факторов составляется экономико-статистическая модель, в которой будет заложена функциональная зависимость степени их влияния на величину спроса. Успех прогнозирования в значительной степени определяется подходом к нему, в частности, управляемые переменные, целевая функция и набор ограничений помогают описать решаемую задачу. Знание структуры этих переменных и их функции зачастую дают возможность выбрать наилучший вариант решения задачи»¹²².

Проведенный нами обзор наглядно демонстрирует на сколько необходимо в условиях рынка проводить исследования спроса и предложения учитывая состояние мировой экономики. Исходя из этого, по нашему мнению, считаем стратегически важным – индикативный метод планирования. Такой подход предусматривает создание госструктурами стратегии, которая имеет свои преимущества с учетом интересов предпринимательского сектора экономики.

Для проведения исследования используем регрессионный анализ, состоящий в моделировании измеряемых данных и их зависимость в динамике. В данном случае, совокупность исследуемых данных состоят из сочетания значений зависимой переменной и независимых переменных. При этом, важно определить искомые параметры модели таким образом, чтобы полученная модель максимально описывало исследуемый процесс. Как правило, в качестве критерия приближения принимают величину среднеквадратичной ошибки.

Метод регрессионного анализа применим для проведения прогнозных расчетов, выявления анализа исследуемых временных рядов, тестирования гипотез и выявления скрытых взаимосвязей в статистических данных.

¹²²Иванов Н.И. Управление качеством в сфере услуг (инфраструктурный подход): Дис. ...д-ра экон. наук. СПб., 2002. -87с.

Общий вид динамической авторегрессионной модели экономического роста представлен следующим уравнением:

$$y(t + 1) = f[y(t), x(t), t] \quad (1)$$

где $y(t)$ – валовой выпуск экономики (ВВП) в период t ;

$x(t)$ – состояние объема платных услуг на конец периода t ;

t – период.

Для выявления зависимости роста ВВП страны от системы независимых параметров необходимо проведение следующей последовательности этапов.

1. Установить систему параметров, определяющих темпы развития экономики страны. Данные параметры должны быть взаимосвязаны с величиной ВВП. Исследование этих параметров и выявления закономерностей динамики их развития даст возможность отразить реальные изменения в экономике.

2. Проведение исследования и сбор статистической информации за период анализа изучаемого явления. Здесь важно определить такие статистические данные, которые должны представлять достоверный источник информации.

3. Выявление существующих темпов роста или снижения параметров. Определение темпа изменения параметров за исследуемый период времени, в том числе возможных их минимальных и максимальных темпов даст возможность найти скорость изменения составляющих показателей экономического роста. Изучение изменения параметров позволит определить в динамике самые возможные сценарии развития.

4. Нахождение коэффициентов и определение достоверности найденной регрессионной модели. При этом одним из способов определения достоверности модели может состоять в сравнения действительных и расчетных значений исследуемых параметров.

5. Расчет прогнозных значений динамики ВВП РТ в зависимости от независимый параметров, в частности от темпов роста объема платных услуг.

Предлагаемая методика следования позволит выявить вид уравнения взаимозависимости между ВВП и выбранными определяющими параметрами. В свою очередь, полученное уравнение позволит определить уровень влияния отдельных параметров на величину ВВП и найти основные тенденции экономического роста страны. Также, на основании расчетных прогнозных величин можно определить варианты направления экономического роста РТ, которые зависят от степени влияния исследуемых параметров.

Другим методом исследования является проведение многофакторного анализа. В данном случае исследуется зависимость объема платных услуг Y_1 и объема сферы услуг Y_2 от следующих факторов:

X_1 - ВВП (млн.сомони);

X_2 - промышленность (млн.сомони);

X_3 - сельхозпродукция (млн.сомони);

X_4 - экспорт (млн.долл.);

X_5 - импорт (млн.долл.).

На основании проведенных исследований нами были получены следующие зависимости:

$$Y_1 = 11904,74535 + 0,294X_1 + 0,2015 X_2 + 0,246 X_3 + 0,17 X_4 + 0,107 X_5 \quad (1)$$

$$Y_2 = 1554,93 + 0,311 X_1 + 0,257 X_2 + 0,287 X_3 + 0,184 X_4 + 0,129 X_5 \quad (2)$$

Анализ полученных моделей свидетельствует о том, что

Из уравнения (1) следует, что увеличение объема ВВП страны на 1 млн. сомони обусловит увеличение объема платных услуг на 294 тыс. сомони. Соответственно, увеличение объема промышленности страны на 1 млн. сомони даст приращение объема платных услуг на 201,5 тыс. сомони, а увеличение объема сельхозпродукции страны на 1 млн. сомони даст приращение объема платных услуг на 246,0 тыс. сомони. Исходя из данной

формулы увеличение объема экспорт и импорт на 1 млн. сомони будет способствовать увеличению объема платных услуг соответственно на 170 тыс. сомони и 107 тыс. сомони.

Из уравнения (2) следует, что увеличение объема сферы услуг страны на 1 млн. сомони обусловит увеличение объема сферы услуг на 311,0 тыс. сомони. Соответственно, увеличение объема промышленность страны на 1 млн. сомони даст приращение объема сферы услуг на 257,0 тыс. сомони, а увеличение объема сельхозпродукции страны на 1 млн. сомони даст приращение объема сферы услуг на 287,0 тыс. сомони. Исходя от формулы увеличение объема экспорт и импорт на 1 млн. сомони способствует увеличению объема сферы услуг соответственно на 184,0 тыс. сомони и 129,0 тыс. сомони.

Кроме того, было осуществлено экономико-математическое моделировании спроса на платные услуги в Республике Таджикистан и ее территорий на основе использования стандартной программы.

Таблица 4.2.

Результаты экономико-математического моделирования спроса на платные услуги в Республике Таджикистан

Республика Таджикистан	
$Y = -10886,00 - 1,2278X_1 + 4,5614X_2 + 2428,56 X_3 - 0,4006X_4 + 0,0949X_5 + 0,2439X_6$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,9319 или 93%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>
Согдийская область	
$Y = 3512,9170 - 0,8087X_1 + 1,3397X_2 - 11589,4 X_3 + 0,1940X_4 + 0,1427X_5 + 35,2048X_6$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,9599 или 96%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>

Продолжение таблицы 4.2.

Хатлонской области	
$Y = 6525,32 + 0,2710X_1 + 0,5134X_2 - 441,6X_3 + 0,1392X_4 + 0,2179X_5 - 8,2788X_6$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,7716 или 77%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>
ГБАО	
$Y = 20,64713765 + 0,002954498X_1 + 0,001097643X_2 - 52,84812234X_3 + 0,019634798X_4 - 0,001523892X_5 + 0,331077602X_6$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,9772 или 97%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>
г. Душанбе	
$Y = -8013,037823 - 0,313452579X_1 + 0,03059619X_2 - 10981,28916X_3 - 2,039301305X_4 - 0,329473592X_5 + 81,50895314X_6$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,7666 или 76%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>
РПП	
$Y = -228,61 - 0,04455X_1 + 0,056944X_2 + 2348,274X_3 + 0,298787X_4 + 0,043177 - 19,2298X_5$ <p>Фкрет > Фнаб. R2 = 0,9352 или 93%</p>	<p>Общий объем платных услуг, млн. сомони (Y); Среднегодовой доход населения (X₁), сомони; Потребительские расходы (X₂), сомони; Доля государственной собственности в структуре услуг (X₃), %; Объем промышленной продукции (X₄), млн. сомони; Общий объем продукции сельского хозяйства (X₅), млн. сомони; Ввод в действие основных фондов (X₆), млн. сомони</p>

$$Y = -10886,00 - 1,2278X_1 + 4,5614X_2 + 2428,56 X_3 - 0,4006X_4 + 0,0949X_5 + 0,2439X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по Республике Таджикистан на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

$$Y = 3512,91 - 0,8087X_1 + 1,3397X_2 + 11589,4 X_3 + 0,1939X_4 + 0,1427X_5 + 35,20X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по Согдийской области на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

$$Y = 6525,316 + 0,2709X_1 + 0,5134X_2 - 4411,6046 X_3 + 0,139167X_4 + 0,217892X_5 - 8,278772X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по Хатлонский область на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

$$Y = -8013,037823 - 0,313452579X_1 + 0,033059619X_2 - 10981,28916 X_3 - 2,039301305X_4 - 0,329473592X_5 + 81,50895314X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по ГБАО на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

$$Y = 20,64713765 + 0,002954498X_1 + 0,001097643X_2 - 52,84812234X_3 + 0,019634798X_4 - 0,001523892X_5 + 0,331077602X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по городу Душанбе на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

$$Y = -228,61 - 0,04455X_1 + 0,056944X_2 + 2348,274 X_3 + 0,298787X_4 + 0,043177X_5 - 19,2298X_6$$

Результаты экономико-математического моделирование спроса на платные услуги по РРП на основе коэффициента регрессии составляет 0,97 или 97%.

Используя полученные результаты выполнен прогноз спроса на платные услуги по Республике Таджикистан, который представлен в параграфе 5.3 настоящей диссертации.

4.2. Критерии оптимизации размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг

Одной из определяющих функций управляющего является процесс принятия решений. При выборе стратегии управления компании необходимо учитывать три основных типов информационных ситуаций, которые, могут повлиять на процесс принятия решения:

- решение, принимаемое в условиях четкой осведомленности, то есть детерминированной связи между принятым решением и конечным результатом. В этом ситуации конечный результат зависит от стратегии компании в условиях определенных детерминированных факторов.

- решение, принимаемое в условиях множества возможных рисков. В этом ситуации стратегическая альтернатива принятию решений зависит от детерминированных факторов с определенными законами распределения.

- решение, принимаемое в неопределенных условиях. В этих условиях конечный результат зависит только от случайных факторов и с совершенно неопределенными законами распределения или влиянием неизвестных факторов. Точнее неопределенность в данном случае является неотъемлемой частью процесса принятия решения.

Исходя из этого, можно констатировать, что для результативности менеджмента в хозяйствующих субъектах, ход деятельности должен быть максимально транспарантным и под постоянным мониторингом.

В этих условиях под мониторингом стоит учитывать комплекс мер, по средствам которого можно получать данные относительно хозяйственной деятельности компании/фирмы в том числе в условиях колебания рынков. Относительно менеджмента, то в данном случае подразумевается управленческое воздействие по всем направлениям деятельности предприятий сферы услуг.

Для повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия требуется постоянный мониторинг состояния рынка, что в свою очередь требует обработки огромного количества данных. Доказано, что обработка большого количества полученных данных процесс трудоемкий, исходя из этого для этих целей в компании такие действия должны быть отработаны на должном уровне. В этих условиях для принятия правильных решений требуется оптимизировать расходы.

Необходимо отметить, что основным фактором, от которого зависит уровень менеджмента хозяйственного субъекта является информация или его отсутствие. Учитывая вышесказанное следует отметить, что в случае отсутствия должной информации работоспособность компании будет малоэффективной. В данном случае начальники отделов должны использовать все качества управленца в процессе принятия решений в условиях минимум информации, но с учетом потребности рынка.

Стоит обратить внимание, что для адаптивного управления (АУ) в контексте эффективного менеджмента требуются профессиональный персонал.

В своих исследованиях Хусаинов М.К. отмечал, что: «...одним из основных направлений для повышения эффективности управления является использование в организационной системе технологий адаптивного управления и принятия решений в условиях риска и неопределенности»¹²³.

¹²³Хусаинов М.К. Управление экономическим развитием сферы услуг (на примере Республики Таджикистан): диссертация ... доктора экономических наук. - Москва, 2005. - 288с.

Существующий уровень наблюдаемости (УН) стоит понимать, как показатель, который демонстрирует работоспособность и внешнюю конъюктуру суммируя к общим показателям для определения характеристики хозяйственного цикла предприятия и состояние рынка. Таким образом средний уровень УН следует рассматривать как:

$$УН = \frac{\frac{v_1}{v_{01}} + \frac{v_2}{v_{02}}}{2} \quad (4.1.1)$$

Где - V_1 и V_{01} это общее число наблюдаемых и число факторов (показывает состояние производственного процесса компании), а V_2 и V_{02} это общее число наблюдаемых и число факторов (показывает состояние внешней среды, влияющий на деятельность компании).

Констатируя вышеупомянутое для определения эффективного менеджмента для предприятия в области правильных решений в сложных условиях, требуется создать жизнеспособную систему таких критериев, по средствам которых будет возможно оценить деятельность хозяйствующего субъекта.

Следует также отметить, что все действия должны быть с учетом тех принципов, где в расчет берется минимум необходимой информации. Исходя из этого, можно предположить, что в сложившейся ситуации оптимальным может быть такой метод выбора УР, который будет проводить точечный мониторинг деятельности в контексте развития хозяйствующего субъекта.

В связи с этим, мы считаем, чтобы улучшить мониторинг деятельности предприятия в контексте его развития, целесообразно использовать 3-х уровневую шкалу предложенную ученым-экономистом Айнваргом Е.С., в своих исследованиях, где: «...высокий уровень наблюдаемости (ВУН) имеет пределы от 0.7 до 1.0, средний уровень наблюдаемости (СУН) имеет пределы

от 0.45 до 0,7 и низкий уровень наблюдаемости (НУН) имеет пределы от 0.2 до 0,45»¹²⁴.

На основе предложенным критериям, в каждом из уровней определен соответствующий коэффициент, УР, который обеспечивает определить оптимальный вариант из всех существующих с учетом имеющийся номенклатуры данных о деятельности предприятия и потребности рынка.

В этой связи Иванов Н.И., отмечает, что: «...такой сложный процесс выбора и принятия управленческих решений, направленных на эффективное управление деятельностью и развитием предприятия сферы услуг, предопределяет существенную необходимость создание на предприятии соответствующего аналитического отдела, назначение которого будет состоять в выборе и использования методики прогнозирования условий его функционирования»¹²⁵.

В данном случае следует рассматривать предприятие со стороны менеджмента, где процесс деятельности компании систематизирован поэтапно и на всех уровнях с учетом материально-технической базы хозяйствующего субъекта. Вместе с тем, каждая компания традиционно на своем балансе имеет соответствующую материально-техническую базу, которая определяет ее развитие с учетом факторов внешней среды на деятельность предприятия, такие как: свод экономических принципов, современная материально-техническая база, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, обратная связь с потенциальными клиентами, работоспособная система маркетинга за состоянием рынка и нормативно-правовая база.

¹²⁴Айнварг Е.С. Моделирование развития региональных систем бытового обслуживания населения: Дис. ... канд. экон. наук. М., 1976.-98с.

¹²⁵Иванов Н.И. Управление качеством в сфере услуг (инфраструктурный подход: Дис. д-ра экон. наук. СПб., 2002.-196с.

Вышеперечисленное дает основание полагать, что в вопросе эффективного менеджмента в организации/компании необходимо наличие материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами.

Ряд научных работ в области исследования данного вопроса гласят, что: «...использование методики внутрипроизводственного планирования для предприятий сферы услуг дает возможность получить следующие преимущественные свойства, а именно предоставляет определенные возможности для подготовки к использованию благоприятных условий эффективного развития, позволяет с минимальным ущербом решать возникающие проблемные ситуации, создает условия для стимулирования менеджеров к практической реализации своих управленческих решений, создает условия для улучшения координации совместных действий персонала, обуславливает создание предпосылок в направлении повышения образовательной подготовки менеджеров, предоставляет расширенные возможности для обеспечения предприятия необходимой деловой, статистической и научно-технической информации, а также дает возможность для рационального распределения используемых ресурсов»¹²⁶.

Вместе с тем, А.И. Винокурова в ходе своих исследований указывала, что: «...важной задачей планирования состоит в организации, разработки и использования методов прогнозирования состояния процессов развития окружающей среды, на основе чего проведение формирования перспективной стратегии развития предприятия.

Основой проведения прогнозирования должно быть решение вопросов достижения решения поставленных стратегических задач развития предприятия. Чтобы достичь поставленной определенной цели, важно, на основе исследования и анализа внутренних и внешних связей предприятия,

¹²⁶Айнварг Е.С. Моделирование развития региональных систем бытового обслуживания населения: дисс. ... канд. экон. наук. М., 1976.-112с.

изучить существующие экономические тенденции развития рынка сбыта, используя методику научного прогнозирования»¹²⁷.

Анализ исследуемых данных указывает на то, что меры, принимаемые для оценки и прогноза, по сути, должны иметь целенаправленный характер по исследованию рынка и инвестиционных возможностей. Все это позволит определить прогнозируемый период времени и необходимые ресурсы для бесперебойного функционирования хозяйствующего субъекта на перспективу.

Прогнозирование должно определяться теми задачами, которое поставлено предприятием в приоритетном плане. При этом важно учитывать составление и формирование долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного планов. Все вышеуказанные планы должны учитывать в качестве основных показателей хозяйственной деятельности следующие:

- объем продаж и оказываемых услуг;
- занимаемая доля на рынке;
- планируемый объем прибыли.

При этом надо иметь в виду, что возможные изменения параметров внешней среды может вызвать корректировку плана, посредством дифференциации ряда параметров, а именно, в случае структурных изменений хозяйственного субъекта или при изменении баланса спроса и предложения между потребителями и поставщиками услуг, и конечно же изменения рыночных условий.

Как правило, установленная надежная система контроля является одним из важных факторов успешной реализации разработанных планов и в деле обеспечения достижения предприятием установленных целей. Проведение контроля даст возможность выявить правильность разработанной стратегии, по выходу компании на финишную прямую заявленных параметров, что в

¹²⁷Винокурова А.И. Методические подходы к формированию стратегического планирования в социально-экономических системах. Препринт. - СПб: СПбГУЭФ, 1999. -78с.

свою очередь даст возможность установить, как положительные, так и отрицательные факторы. При помощи имеющихся инструментов контроля, компания сможет достичь поставленных задач в нужные сроки согласно установленного плана.

Исследование предпринимательской практики позволяет выделить такие виды контроля, как «оперативный контроль» и «стратегический контроль».

Работая над исследованием экономических систем Т.А.Тумина указывала следующее, что: «...оперативный контроль, который иногда называют стоимостным, направлен на оценку результатов деятельности предприятия, его проведение необходимо для оперативного планирования и выявления отклонений в процессе реализации плана, а назначение стратегического контроля состоит в выявлении имеющихся возможностей и рисков, проявляющихся во внешней среде. Кроме того, выявляются сильные и слабые стороны предприятия. Важное назначение контроля состоит в получении системы характеристических параметров, которые могут отразить прогнозы состояния предприятия»¹²⁸.

Трансформация экономической парадигмы развития страны, например, интеграция в систему мирового хозяйствования наводит на полный пересмотр критерий существующих при прежнем укладе хозяйствующих отношений, где возможно придется отказаться от ряда традиционных параметров деятельности предприятия. Такого рода переход в первую очередь будет негативно влиять на результат деятельности менеджмента малого предпринимательства.

Здесь следует иметь в виду, что скорость вариации внешних условий может существенно опережать перестройку уровня компетентности и профессиональной подготовки значительной массы менеджеров. Устранение

¹²⁸Тумина Т.А. Инновационное развитие экономических систем: автореф. дис... докт. экон. наук / Т.А. Тумина. Белгород, 2009. - 53 с.

такого перехода возможно за счет обновленной системы УР в организациях с учетом инновационного менеджмента. Такие меры дадут толчок в области принятия управленческих решений, которые повлияют на качество таких решений и на деятельность предприятия в целом. Все это может приблизить и повысить экономический уровень к странам с развитой рыночной экономикой. Нельзя не отметить, что для достижения соответствующего уровня развития в современном мире необходимо наличие ИКТ инфраструктуры.

Авторы работ в области стратегическом планировании И.В. Бородушко и Э.К. Васильева отмечали, что: «...важную роль в развитии управления бизнесом играет и стратегическое управление, определяющее основные направления развития предприятий сферы услуг. Если рассмотреть дореформенный период, когда наблюдалась относительная стабильность социально-экономических условий и сравнительно недостаточный уровень развития техники и технологии, достаточно надежно управляемой ситуации в финансовой сфере и наличие не особенно сильной международной конкуренции»¹²⁹.

В свою очередь Ч.Н. Ким относительно стратегического управления утверждал, что: «...в условиях, когда наблюдается высокая динамика развития рыночной экономики, возрастает объективная реальность разработки предприятиями сферы услуг своей стратегии в области функционирования и развития. В данном случае, методика разработки и использования стратегического планирования коренным образом различается от долгосрочного планирования. Как правило, долгосрочное планирование направлено на достаточно протяженный временной период. Основным инструментом является использование метода экстраполяции основных тенденций на будущее»¹³⁰.

¹²⁹Бородушко И.В., Васильева Э.К. Стратегическое планирование и контроллинг. - СПб.: Питер, 2009.-72с.

¹³⁰Ким Чун Нам. Стратегическое управление и планирование деятельности организаций сферы услуг: Дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.-64с.

Можно констатировать, что целевым значением стратегического планирования является определение текущего состояния хозяйствующего субъекта и этапы его развития на будущее. Нельзя не отметить, что на этапе планирования необходимо выявить факторы влияющие на рост производительности предприятия, которые могут изменить всю парадигму деятельности в условиях рынка.

Вместе с тем, обзор деятельности хозяйственного субъекта позволит выявить приоритетные направления для достижения устойчивого развития предприятия в конкурентной борьбе.

На современном этапе развития рыночных отношений важно уделять соответствующее внимание на разработку и использование антикризисного управления, которое может стать одним из основных элементов управления деятельностью предприятий сферы услуг. Разработка и использование антикризисного управления в настоящее время представляет один из важных факторов функционирования рыночной экономики, где в конкурентной борьбе побеждают сильнейшие¹³¹.

Практика показывает, что предприятие, не имеющее навыки антикризисного управления и должной стратегии, не смогут функционировать долго, так как они либо закроются, либо перейдут под руководство другого субъекта рынка.

«...Анализ производства в Японии показывает, что ежемесячно свыше тысячи малых и средних предприятий прекращают свое функционирование на рынке. Такое же количество малых и средних предприятий начинают функционировать на рынке»¹³².

¹³¹Журавлев С.Н. Методы прогноза структурных изменений материально- финансовой сбалансированности экономики: Дис. ... д-ра экон. наук. М., 1990.-132с.

¹³²Теория и практика антикризисного управления / Под ред. С.Г. Беляева, В.И. Кошкина. - М.: Закон и право, 1996.-47с.

В этой связи, можно сделать вывод, что применение теории антикризисного управления является практическим методом, вывода из кризисного состояния.

В данном контексте, можно заметить, что финансовый менеджмент в антикризисном управлении является аппаратом, в котором сочетается комплекс стратегических и тактических методов нахождения приемлемого финансового обеспечения развития сферы услуг, что, в свою очередь позволяет определить методы управления денежными потоками и находить оптимальные решения для нахождения финансового обеспечения. На наш взгляд, важно отметить, что в антикризисном управлении основная часть принадлежит в определении финансового обеспечения, т.е. решения задачи фандрайзинга. Это определяет необходимость проведения мероприятий по усилению контроля над денежными средствами, что особенно необходимо любому предприятию, с учетом возможности попадания в кризисную ситуацию¹³³.

В этой связи, при совершенствовании антикризисного управления развития и размещения малых предприятий в сфере услуг, учитывают временные факторы:

- важность определения установленных задач, направленных на разработку и проведению мероприятий антикризисного управления, которые позволят преодолеть негативные последствия кризисного процесса, что можно определить, как антикризисный менеджмент в узком смысле;

- вторым важным направлением проведению мероприятий антикризисного управления является организация профилактических мероприятий, направленных на предотвращения возможностей наступления кризиса.

¹³³ См. там же.

С другой стороны, исследуя применение принципов антикризисного управления в сфере услуг при решении задачи размещения и выбора критерии оптимизации учитываются особенности, принципы и основные положения:

1) «...проведение раннего профилактического диагностирования возможных кризисных явлений, как предотвращения возникновения кризиса на предприятии, что обуславливает угрозу самого существования, которое связано с финансовыми потерями предприятия. При этом надо иметь в виду, что существующая возможность появления кризисной ситуации должна быть выявлена на самых ранних стадиях его появления. Важность этого раннего диагностирования проявляется для своевременного использования возможностей для нейтрализации его последствий»¹³⁴;

2) разработка методов оперативного реагирования на возможные кризисные явления. Как правило, можно считать, что чем раньше будут задействованы методы, направленные на предотвращения кризисных явлений, тем, соответственно, возрастают возможности для организации защиты предприятия;

3) приведение в соответствие уровень угрозы наступления кризисных явлений и методы организации их предотвращения. Иначе говоря, сопоставление уровня затрат на организацию антикризисного управления и потерь, связанных с угрозой банкротства предприятия.

В целом для решения задачи развития и размещения предприятий используют различные критерии с целью минимизации расходов и получении прибыли в сферы услуг.

¹³⁴Прохорова А.И. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: дисс. канд. экон. наук. М., 2011. - 174 с.

4.3. Экономико-математическая модель рационального размещения малых предпринимательских структур в сфере услуг

Задачи территориального размещения различных объектов имеют массовый характер. Например, точки сбыта, пункты приема пищи, мастерские, почтовые отделения должны размещаться на территории городов и в сельской местности таким образом, чтобы население могло получать соответствующие услуги с определенной степенью доступности предприятия.

Причем, чем меньше на регион обслуживания приходится таких предприятий, тем они крупнее и, следовательно, себестоимость их содержания ниже. Эти задачи стоят перед администрациями городов, поселков, сельских районов. Аналогичного типа задачи возникают также для многих коммерческих фирм, бензозаправок, торговых точек крупных торговых фирм, отделений банков, филиалов строительных, транспортных компаний и т.п.

Поэтому проблема решения практических задач территориального размещения объектов является на сегодня весьма актуальной.

В данном случае необходимо отметить, что алгоритм решения задачи многокритериального выбора местоположений размещения искомым объектов, которые предназначены для оказания услуг, исходя из выбранных зон, экономически значимых для исследуемых регионов состоит в том, что одновременно приходится согласовывать управленческие решения, принимая во внимание как интересы населения, так и интересы предприятий и организаций, предоставляющие эти услуги.

В данном случае, важно иметь в виду учет территориальных особенностей, которые объективно существуют и которые влияют на социально-экономическое развитие региона в целом.

В этом контексте, можно привести совокупность задач, которые связаны с проблемами размещения производственных мощностей предприятий. Здесь надо учитывать тот факт, что предприятия требуют решения задач

размещения, где существуют однородные целевые функции и однотипные критерии их оценивания. Как правило, значительное множество обозначенных задач обуславливают существование взаимосвязанных и взаимозависимых целевых функций.

Например, необходимость единовременного сочетания решение транспортной задачи, направленной на минимизацию транспортных расходов и организации работы, которая должна быть связана с организацией доступного сообщения между размещаемыми объектами сферы услуг. При этом важно обеспечить максимально возможную доступность этих объектов до существующих центров проживания населения.

Кроме того, принимается во внимание существующую инфраструктуру, схему снабжения или нахождение ремонтных баз. Таким образом, с одной стороны, должна быть решена задача по максимально возможной централизации, чтобы обеспечить оптимальную управляемость всех объектов, собранных вместе для лучшей управляемости и снижения транспортных издержек. Противоположная задача состоит в организации доступности до рынков сбыта или потребления. Рассмотренные задачи представляют собой достаточно обширный класс задач дискретной оптимизации. Возможны различные постановки задач оптимального размещения в зависимости от того, какие запреты значимые и по каким критериям отобраны. В этом случае необходимо выбрать действенный механизм решения такого рода вопрос путем использования таких методов как динамический, методом разделения или сетевым методом. Хотелось бы отметить, что в простых ситуациях не берутся во внимания некоторые случаи, которые могут повлиять на ситуацию в целом.

Один из алгоритмов решения задачи оптимизации территориального размещения объектов сферы обслуживания, согласно экономическому обоснованию по исследуемому региону является осуществление на основе методики кластерного анализа. При этом отметим, что в некоторых случаях

получение группировки объектов размещения проводится по полученным статистическим данным, после расчета критериев близости. В то же время, на наш взгляд, более эффективным является использование социально-экономических критериев.

Для того, чтобы совместить данные критерии для решения задачи размещения объектов сферы услуг в территориальном плане, и, которые смогут оказать положительное воздействие на региональное развитие, и получить практически значимые результаты, необходимо использовать инструментарий экономико-математического моделирования, направленное на последовательное приближение к оптимальному плану, на основе учета нескольких непротиворечивых целевых критериев и поэтапного перебора решений.

Следует отметить, что решение задачи по нахождению территориального размещения объектов сферы услуг, которые различаются как по своей производственному назначению, так и выполняемой функции в региональной социально-экономической и культурной жизни населения, должно проводиться на основании учета существующих транспортных, социально-экономических, географических, финансовых, демографических, и других существенных особенностей, которые влияют на объем потребления услуг.

Исходя из того, какая задача решается соответственно, меняется множество факторов, которые подлежат анализу. В частности, определяются те факторы, которые влияют на тип и назначение объекта исследования. Выбранные факторы также определяют и целевые критерии.

Вместе с тем, важно, чтобы определенные критерии размещения (целевые функции моделей) не входили в противоречие с региональными социально-экономическими целями. Как правило, исследуемые задачи оптимизации размещения объектов сферы услуг могут использовать группы взаимозависимых целевых функций и критериев их совместного

согласования. В последнее время получила широкое распространение решение задачи оптимального размещения объектов на основе методов имитационного моделирования с применением геоинформационных систем (ГИС).

Математическая формализация данного метода состоит в следующем. Используемые ГИС-технологии, в настоящее время, стали очень эффективным методом, применяемым при решении задач оптимизации пространственного размещения объектов. При этом используется картографическая привязка размещаемых объектов сферы услуг данной местности, где используется инструментарий проведения метода группировки, анализа возможных вариантов и итерационных процедур при моделировании.

Предложенные методы дают возможность создать условия для организации хранения используемых статистических данных, независимо от их структуры и сложности. Вместе с тем, важно отметить, что при разработке алгоритмов решения задач в условиях использования многокритериальных условий, необходимы применение специализированных оптимизационных моделей и алгоритмов. Одновременное использование приведенных методов компьютерного моделирования даст возможность принимать во внимание значительное множество факторов, существенно влияющих на нахождение оптимального решения.

Кроме того, предоставляется возможность обеспечения проведения экспериментальных расчетов по учету различных ситуационных положений, согласно объекту исследования. Данный процесс моделирования позволит найти оптимальное решение по предоставлению услуг и обслуживания населения и которое позволит использовать две взаимозависимые целевые функции.

Рассмотрим народнохозяйственную ситуацию, когда имеем регион, где узловые пункты населения имеют произвольное расположение

$\{i\}$, $i = 1, 2, \dots, n$, и которая характеризуется количеством жителей L_1, L_2, \dots, L_n ,

Далее предположим существование некоторой точки размещения предприятия A_j , предназначенного для обслуживания соответствующего региона при этом предполагается, что каждый узловой пункт i соответствует определенной зоне обслуживания R_i .

В соответствии с каждым узловым пунктом можно определить время, необходимое для посещения данного предприятия, т.е. время каждого клиента на организацию контакта с выбранным предприятием. Введем обозначение этого времени через $t_{1j}, t_{2j}, \dots, t_{nj}$. Так как каждому исследуемому узловому пункту соответствует определенная численность населения, то можно ввести показатель, который характеризует затраченные объемы времени населением данного узлового пункта на проведение одного контакта с предприятием:

$$T_{ij} = L_i t_{ij} d_i, \quad (4.1)$$

где d_i , — некоторый весовой коэффициент, для приведения величин в одну размерность.

Введенный параметр T_{ij} назовем узловой функцией доступности предприятия.

Для всех узловых пунктов региона в целом и некоторой точки размещения предприятия A_j можно определить региональную функцию доступности, характеризующую общие затраты времени в регионе на один контакт с предприятием:

$$T_j = \sum_{i=1}^n L_i t_{ij} d_i \quad (4.2)$$

Если предположить существование r возможных точек размещения предприятий $j=1, 2, \dots, r$, то в этом случае возможно появление r значений функции T_j . Оптимизация выбора места расположения предприятия

(обозначим через точку A_j), исходя из выбранного критерия, соответствует минимальному значению параметров T_j , а именно -

$$T_j = \min \sum_{i=1}^n L_i t_{ij} \delta_i \quad (4.3)$$

Следуя данным обозначениям и согласно выбранной целевой функции в исследуемом регионе следует найти точку размещения предприятия A_j при котором суммарные затраты времени населения для посещения предприятий сферы услуг будут минимальными. При этом следует и выполнение второго критерия, по которому находится максимальная сумма доходов предприятий, посредством достижения максимальной концентрации обслуживания населения.

Введем обозначение V_j – мощность предприятия. Величина предприятия V_j должна соответствовать следующему условию:

$$\bar{V}_j = p \sum_{i=1}^n L_i \quad (4.4)$$

Где соответственно, p нормативный коэффициент потребления данного вида услуг на душу населения региона.

В данном случае предполагается выполнение условия, что регион обслуживается одним предприятием. Получаемое решение в первом приближении показывает, что в данном случае, достигается максимальная концентрация работ по обслуживанию населения. Это условие может не выполняться, если наблюдаются значительные расстояния в регионе, что предопределяет необходимость обходиться более чем одним предприятием сферы услуг.

Исходя из этого, в алгоритме процедуре размещения предусмотрен следующий шаг, состоящий в том, что производится проверка соответствия

для всех параметров, составляющих функцию T_j искомым нормативным значениям, установленным заранее.

При этом возникает два варианта:

- значение T_j может удовлетворять узловой пункт i по времени доступности;
- значение T_j может не удовлетворять узловой пункт i по времени доступности.

Т.е. время доступности может быть меньше или больше заданного нормативного времени $\bar{t}_i (t_{ij} \leq \bar{t}_i, t_{ij} > \bar{t}_i)$.

В случае, если $t_{ij} \leq \bar{t}_i$, то есть установленный норматив времени выполняется, в противном случае, если $t_{ij} > \bar{t}_i$, то норматив не доступен.

В первом случае, при $t_{ij} \leq \bar{t}_i$, считаем, что для узлового пункта i допустимой точку размещения предприятия A_j . В втором случае, когда $t_{ij} > \bar{t}_i$ соответствующий узловой пункт с определенным индексом i не рассматривается и называется обособленным¹³⁵.

Проведение проверочных расчетов и выделения имеющихся узловых пунктов как обособленные, тогда делается вывод, согласно вводимому алгоритму, что точка A_j может быть допустима для остальных узловых пунктов. Вместе с тем, это не является основанием для того, что она оптимальная. Это выявляется вследствие того, что после отбрасывания обособленных узловых пунктов, точка оптимума T_j может находиться в другой точке размещения предприятия сферы услуг.

В этом случае, для выявления точка оптимума T_j вновь проводится указанная процедура поиска точки размещения A_j с минимальным T_j , причем только для всех узловых пунктов без учета обособленных узловых пунктов.

¹³⁵Баркалов С.А., Басаков А.С., Котенко А.М. Многоэтапный конкурс формирования инновационных программ регионального развития// Известия ТулГУ, вып. 9. - Тула, 2003. - С.184-193.

Выявленная точка может быть оптимальной, исходя из всех необособленных узлов, образующих множество J_1^0 . При этом решение запишется в виде:

$$T_{j_1^0} = \min \sum_{i \in j_1^0} L_i t_{ij} \delta_i \quad (4.5)$$

Для этого алгоритма необходимо предусмотреть условие, по которому мощность предприятия пропорционально уменьшается, так как происходит исключение обособленных узловых пунктов и данное предприятие не обслуживает их.

$$V_{j_1^0} = P \sum_{i \in j_1^0} L_j = P \sum_{l=1}^n L_j - L_{об} \quad (4.6)$$

где $L_{об}$ - общая численность населения, которая проживает в искомым обособленных узловых пунктах.

Такова общая процедура алгоритма, согласно которому на конкретном этапе размещения должно быть проверена выполнение норматива доступности. Причем это действие проводится для каждого узла с определением следующей оптимальной точки размещения предприятия в случае необходимости. Также, пересматривается мощность предприятия, которая должна соответствовать максимально возможному значению.

Продолжение алгоритма состоит в том, что для группы обособленных узловых пунктов, не прошедших заданное условие, находится соответственно, точка оптимума размещения уже следующего предприятия сферы услуг. Проводимая процедура определения и исключения обособленных узловых пунктов повторяется. Также находится минимальное значение T_j , и выявляется мощность предприятия, с учетом ограничений.

При практической реализации можно будет наблюдать случай, когда после определения минимального все узлы оказываются обособленными. Тогда, по разработанному алгоритму, точка размещения предприятия, не

удовлетворяющая ни одному узловому пункту, исключается из дальнейшего рассмотрения.

После процедуры сокращения узловых точек, вновь выбирается точка размещения по минимальному T_{j0} .

Рассмотренная процедура имеет продолжение до тех пор, когда находятся узловые пункты, удовлетворяющие рассматриваемым точкам размещения предприятия. Данный процесс заканчивается, когда происходит перебор всех точек размещения предприятий. В этом состоит первый этап процедуры размещения. При этом предполагается, что оставшиеся узловые пункты, являются обособленными точками размещения предприятий, если они не прикреплены к каким-либо точкам размещения предприятия.

Описанная процедура размещения может быть улучшена. Действительно, при выборе точек размещения J' и J'' часто оказывается, что некоторые зоны i можно отнести и к j' , и к j'' , если ограничения выполняются для обеих точек размещения. При этом такие зоны окажутся всегда прикрепленными к предприятию j' , т.к. выбор по этой точке осуществляется раньше, чем по точке j'' . Однако такое решение справедливо только, если $t_{ij'} \leq t_{ij''}$. Если же $t_{ij'} > t_{ij''}$, то узловой пункт i целесообразно передать точке j .

Рассмотрим теперь обобщенную форму такой имитационной модели, позволяющую путем перенастройки определенных параметров решать различные виды задач размещения¹³⁶.

Математическое описание обобщенной модели. Пусть имеется N населенных пунктов с населением $n_i, i = \overline{1, N}$ и M центров обслуживания с пропускной способностью $PC_j, j = \overline{1, M}$ (максимальное количество людей,

¹³⁶Кобелев Н. Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем. - М.: Дело, 2003. - 336 с.

которое может обслужить центр в течение дня). Центр обслуживания может быть расположен только в каком-то населенном пункте. Пусть $\eta_i, i = \overline{1, N}$ - интенсивность обращения одного человека i -го населенного пункта в центр обслуживания (например, если человек обращается в центр в среднем один раз в десять дней, то $\eta = 0,1$). Стоимость обслуживания в j -ом центре равна $C_j, j = \overline{1, M}$

Расстояния между населенными пунктами задаются матрицей

$$\mathbf{R} = \{r_{ij}\} = \begin{vmatrix} 0 & r_{12} & \dots & r_{1N} \\ r_{21} & 0 & \dots & r_{2N} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r_{N1} & \dots & \dots & 0 \end{vmatrix} \quad (4.7)$$

Расходы одного человека i -го населенного пункта при его посещении j -го пункта обслуживания:

$$Z_{ij}^1 = kr'_{ij} + C_j \quad (4.8)$$

где r'_{ij} - расстояние между i -ым населенным пунктом и пунктом, где находится j -ый пункт обслуживания, $r'_{ij} \in \{r_{i1}, r_{i2}, \dots, r_{iN}\}$

Тогда матрица возможных затрат может быть представлена в виде

$$Z^1 = \begin{vmatrix} Z_{11} & Z_{12} & \dots & Z_{1M} \\ Z_{21} & Z_{22} & \dots & Z_{2M} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ Z_{N1} & Z_{N2} & \dots & Z_{NM} \end{vmatrix} \quad (4.9)$$

Размещение центров обслуживания может быть задано вектором $R_c = [C_1, C_2 \dots C_M]$, где $C_j, j = \overline{1, M}$ равно номеру населенного пункта, в котором размещен j -ый центр обслуживания.

На Z_{ij}^1 могут быть наложены ограничения:

$$\sum_{j=1}^M Z_{ij}^1 \leq \overline{Z_{ij}^1} \quad (4.10)$$

Матрица R может быть преобразована в матрицу R' путем исключения столбцов, номера которых не являются компонентами вектора R_c :

$$R' = \{r'_{ij}\} = \begin{vmatrix} r'_{11} & r'_{12} & \dots & r'_{1M} \\ r'_{21} & r'_{22} & \dots & r'_{2M} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r'_{N1} & r'_{N2} & \dots & r'_{NM} \end{vmatrix}. \quad (4.11)$$

Обозначим через $O_i = [O_{i1}, O_{i2}, \dots, O_{iM}]$ - вектор обслуживания i -го населенного пункта, где O_{ij} - доля населения i -го пункта, обслуживаемая в j -ом центре. Если мощности центра обслуживания, размещенного в i -ом населенном пункте достаточно для обслуживания его населения, то $O_i = [1, 0, 0, \dots, 0]$. При недостаточной мощности может быть $O_i = [0, 8; 0, 2; 0; 0; \dots; 0]$.

Пусть $n_i \eta_i$ - количество людей i -го населенного пункта, которое должно быть обслужено за день, а $O_{ni} = n_i \eta_i O_i$ - дневной вектор распределения населения i -го пункта, нуждающегося в обслуживании¹³⁷. Тогда матрицу распределения жителей всех населенных пунктов, нуждающихся в обслуживании по M центрам можно представить следующим образом:

¹³⁷Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике. - М.: ДИС, 1997. - 367 с.

$$O_n = \begin{vmatrix} O_{n_1} \\ O_{n_2} \\ \dots \\ O_{n_N} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} O_{n_{11}} & O_{n_{12}} & \dots & O_{n_{1M}} \\ O_{n_{21}} & O_{n_{22}} & \dots & O_{n_{2M}} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ O_{n_{N1}} & O_{n_{N2}} & \dots & O_{n_{NM}} \end{vmatrix} \quad (4.12)$$

Ежедневные затраты на функционирование j -го центра обслуживания обозначим $ПЗ_j$

Требуется найти такое наименьшее M , а также векторы R_c и $O_i, i = \overline{1, N}$, которые бы при условиях придерживаться ряда ограничений то это уменьшило бы объемы повседневных расходов граждан.

Формально задача может записана следующим образом:

$$F(M, R_c, O_n) = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M Z_{ij} \cdot O_{n_{ij}} \rightarrow \min \quad (4.13)$$

При соблюдении лимита:

1) на производительность j -го центра

$$\sum_{i=1}^N O_{n_{ij}} \leq ПС_j, \quad j = \overline{1, M} \quad (4.14)$$

2) на объемы расходов граждан i -го пункта

$$\sum_{j=1}^M Z_{ij}^1 \leq \overline{Z}_i^1, \quad i = \overline{1, N} \quad (4.15)$$

3) на суточные расходы на формирование и деятельность M пунктов обслуживания

$$\sum_{j=1}^M ПЗ_j \leq \overline{ПЗ} \quad (4.16)$$

Одним из важных заключений по данному алгоритму решения решению задачи оптимизации размещения объектов обслуживания по территории региона и экономически обоснованного, имеет основное различие в том, что в

ходе выявления искомой группировки объектов, используется на основе социально-экономических критериев. Также необходимо отметить, что процесс выбора точки размещения предприятия позволяет найти самые эффективные показатели, причем, как и для данного территориального субрегиона, так и для всего региона.

Синтезированная обобщенная модель оптимального размещения центров обслуживания позволяет решать достаточно широкий круг прикладных задач по формированию рациональной инфраструктуры региона. Дальнейшие исследования данной проблемы необходимо посвятить разработке и оценке эффективности различных алгоритмов и специального программного обеспечения решения задач, базирующихся на исследовании предложенной модели.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что основным критерием для проведения ЭММ сферы услуг, это - избрание условий для должной дислокации предприятия сферы услуг в соответствии с выбранным направлением деятельности; определить оптимальный метод решения с учетом ЭММ; анализ ЭММ для выявления результата при получении данных дислокации и ее необходимости по существу, исправление принятых решений и формирование предложений по усовершенствованию и развитию; осуществление на практике функционирование хозяйственного субъекта.

Работы по данному направлению ведутся довольно давно, исходя из этого данную деятельность можно рассматривать следующим образом: «...в широком плане с целью выявления всевозможных факторов и условий, определяющих сложившееся, проектируемое и планируемое размещение предприятия сферы услуг с учетом размещения предприятий других отраслей народного хозяйства или в более узком (отраслевом) плане, отражающем

специфику этого виду услуг. Естественно, изучение факторов размещения следует начинать с определения отраслевых, а затем межотраслевых факторов»¹³⁸.

В свое время Вебер А. ввел такое понятие как фактор размещения и интерпретировал его как конкретное преимущество, которое появилось в ходе хозяйственной деятельности на определенной территории. По характеру он показывает анализ факторов свершившихся действий. Такой экспериментальный подход отражает не полный анализ размещения, однако применяется и по сей день. В данной контексте стоит отметить теорию ученых из США, которые определяют «фактор размещения» как дислокационный определитель. Его можно рассматривать как выбор места определенного объекта, которое зависит от разных критериев. Такая трактовка ученых США более подходящая для понимания, что в свою очередь дополняет трактовку Вебера А.

Понятие слова – УСЛОВИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ – следует рассматривать при локализации хозяйствующего субъекта в определенное время где в перспективе и будет работать предприятие/организация. Под понятием слова – УСЛОВИЕ – здесь следует рассматривать как ситуация, которая влияет на что-то, далее требования/правила на устои жизнедеятельности определенных процессов, ну и конечно же обстановка, где что-то происходит.

Требования по дислокации определенного хозяйствующего субъекта как правило неукоснительно должно быть выполнено после утверждения о точке/месте дислокации на конкретной территории где учтены все факторы дальнейшего функционирования объекта.

Ниже в таблице 4.3. нами приведена группа факторов, влияющих на деятельность хозяйствующего субъекта.

¹³⁸Новые подходы и методы обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур: Теория организации, самоорганизации и управления: монография: под ред. проф. В.И. Подлесных. М.: ИНФРА-М, 2011. - 286 с.

Таблица «факторов размещения» хозяйствующих субъектов сферы услуг¹³⁹

Название	Определение
Производственно-экономические факторы	это эффективность использования основных производственных фондов, эксплуатационные расходы, производительность труда
Производственно-территориальные факторы	радиус зоны обслуживания предприятием сферы услуг, форма и площади территории района размещения, форма и площадь зоны обслуживания, география района размещения, уровень экономического развития района размещения, административное районирование
Фактор рынка	Это емкость рынка, связь с рынком, возможности его расширения, характер размещения рынка. Эта группа факторов учитывается при конструировании моделей размещения производственных мощностей предприятий сферы услуг путем включения в модель объемов спроса на них, мест расположения предприятий сферы услуг
Госрегулирование размещения (проявляется через ряд самостоятельных факторов)	лицензирование, регламентация, антимонопольные запреты, квотирование, стандарты, нормативы; государственные заказы, займы, дотации и субсидии; прогнозы, планы, программы; налоги, налоговые льготы, учетная ставка, норматив обязательных резервов, операции на открытом рынке ¹⁴⁰
Производственно-социальный фактор	С позиций размещения предприятий сферы услуг экономическая инфраструктура должна выступать основным условием, обеспечивающим нормальные производственные и жилищно-бытовые условия ее работникам;
Фактор агломерации	Отражает не просто эффект от скопления или пространственного сближения предприятий, но учитывает также экономию масштаба, локационную и урбанизированную экономию. Основными показателями этого фактора являются уровень концентрации, специализации, территориальной дифференциации, коэффициенты и индексы локализации и др.

¹³⁹ Прохорова А.И. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: дис. канд. экон. наук. М., 2011. – С. 78-94.

¹⁴⁰ Боуш Г.Д. Государственное регулирование сферы платных услуг населению: Дис....канд. экон. наук. СПб, 1993.-65с.

Продолжение таблицы 4.3.	
Экологический фактор	Фактор предотвращения загрязнения окружающей среды значительно усложняет выбор места размещения предприятий сферы услуг. В настоящее время он становится проблемой номер один, крупной социальной и политической задачей
Фактор разделения труда	развитие территориального разделения труда между экономическими районами с целью выравнивания уровней экономического развития районов и административных территорий, а также уровней социальной и экономической доступности к предприятиям сферы услуг ¹⁴¹

Источник: подборки автора на основе изученных литератур

В вопросе по дислокации хозяйствующего субъекта основным критерием является выявление возможностей производимой продукции, порядок его расчета и анализа. По идеи, основной целью размещения объекта исследования необходимы для того, чтобы выявить возможности объекта и с соответствующим образом их перенаправить согласно запроса рынка как по территориальным признакам, так и по уровню развития, чтобы достичь эффективной работы предприятий сферы услуг.

Таким образом, можно сформулировать вывод о том, что реализации предложенной экономико-математической модели размещения предпринимательских структур позволяет получить схему их рационального размещения на основе определения спроса на предоставляемые услуги.

В следующей главе нами обосновываются основные направления совершенствования организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг.

¹⁴¹Боуш Г.Д. Государственное регулирование сферы платных услуг населению: Дис....канд. экон. наук. СПб, 1993.-69с.

Выводы по четвертой главе

В четвертой главе разработана экономико-математическая модель спроса населения на платные услуги в республике, определены критерии оптимизации и предложена модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг.

В диссертации отмечено, что одним из определяющих факторов, которые способствуют успешной деятельности малого предпринимательства, является прогнозирование спроса. В этой связи, в работе исследуется постановка задачи моделирования объема спроса на разных уровнях иерархии. При этом необходимо проведение учета группы факторов, которые соответствуют определенным уровням. Автором рассмотрены как национальный, так и региональный уровень.

В исследовании автором было осуществлено экономико-математическое моделирование спроса на платные услуги в Республике Таджикистан и ее территориях на основе использования стандартной программы.

Кроме того, в работе определены критерии оптимизации и предложена модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг.

Следует отметить, что алгоритм решения задачи многокритериального выбора местоположений размещения искомым объектов, которые предназначены для оказания услуг, исходя из выбранных зон, экономически значимых для исследуемых регионов состоит в том, что одновременно приходится согласовывать управленческие решения, принимая во внимание как интересы населения, так и интересы предприятий и организаций, предоставляющие эти услуги. В данном случае, важно иметь в виду учет территориальных особенностей, которые объективно существуют и которые влияют на социально-экономическое развитие региона в целом.

Одним из алгоритмов решения задачи оптимизации территориального размещения объектов сферы обслуживания, согласно экономическому обоснованию по исследуемому региону является осуществление на основе методики кластерного анализа. При этом в работе отмечено, что в некоторых случаях получение группировки объектов размещения проводится по полученным статистическим данным, после расчета критериев близости. В то же время, по мнению автора, более эффективным является использование социально-экономических критериев.

Для того, чтобы совместить данные критерии для решения задачи размещения объектов сферы услуг в территориальном плане, и, которые смогут оказать положительное воздействие на региональное развитие, а также получить практически значимые результаты, необходимо использовать инструментарий экономико-математического моделирования, направленное на последовательное приближение к оптимальному плану, на основе учета нескольких непротиворечивых целевых критериев и поэтапного перебора решений.

Автор считает, что решение задачи по нахождению территориального размещения объектов сферы услуг, которые различаются как по своей производственному назначению, так и выполняемой функции в региональной социально-экономической и культурной жизни населения, должно проводиться на основании учета существующих транспортных, социально-экономических, географических, финансовых, демографических, и других существенных особенностей, которые влияют на объем потребления услуг.

По мнению диссертанта, в последнее время получила широкое распространение решение задачи оптимального размещения объектов на основе методов имитационного моделирования с применением геоинформационных систем (ГИС).

В работе разработана имитационная модель, позволяющая путем перенастройки определенных параметров решать различные виды задач размещения.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что основным критерием для разработки экономико-математической модели сферы услуг, это - избрание условий для должной дислокации предприятия сферы услуг в соответствии с выбранным направлением деятельности; определить оптимальный метод решения с учетом модели; анализ модели для выявления результата при получении данных дислокации и ее необходимости по существу, исправление принятых решений и формирование предложений по развитию и осуществление на практике функционирования хозяйственного субъекта.

ГЛАВА V. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

5.1. Формирование стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг

Опыт мировых стран показывает, что государственные, областные, городские и районные программы поддержки малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг, в настоящее время являются важнейшим двигателем его развития¹⁴².

Рассматриваемые программы содержат соответствующие мероприятия, по мнению Л.А. Серебряковой относительно деятельности хозяйствующих субъектов, считает, что: «...поддержке малых форм предпринимательской деятельности, вместе с тем не решают существующих проблем. В основном защищаются: интересы местных органов государственной власти, интересы предпринимателей недостаточно защищены; зачастую остается непроработанным учет вопроса достижения целевых индикаторов в программе в долгосрочном периоде; областные и городские особенности малых форм предпринимательской деятельности учитываются не в полном объеме»¹⁴³.

Ряд авторов в области проблем развития малого предпринимательства в сфере услуг считают, что работоспособность таких структур: «...зависит не

¹⁴² Волкова М. А. Оценка эффективности государственного механизма управления экономикой региона в сфере поддержки малого бизнеса / М. А. Волкова // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – 2009. – № 2. – С. 439; Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.

¹⁴³ Серебрякова Л. А. Проблемы программно-целевого планирования регионов // Вестник СевКавГТУ. – 2004. – №2 (13). – С. 15.

только от действий местных органов государственной власти, реализации государственных программ поддержки, регулирования предпринимательской деятельности, где в настоящее время предприниматели участвуют в работе законодательных органов, разработке нормативно-правовой базы, инструментов оценки государственного регулирования и др., но в целом, повышается роль предпринимателей в управлении развитием города»¹⁴⁴.

Принимая во внимание стратегию развития малого предпринимательства в сфере услуг на определенных территориях, есть мнение, что: «...должны быть интегрированы цели, задачи и деятельность всех участников его развития, таких как местных органов государственной власти, предпринимателей, населения, экспертных сообществ, негосударственных организаций»¹⁴⁵.

Исходя из этого авторы исследований в области инновационного развития считают, что: «...следует учитывать не только принципы информационной открытости и прозрачности, но и равноправия и стратегического партнерства при планировании стратегического развития города и его районов. И часть ответственности должна ложиться на предпринимателей, которые должны участвовать в систематической оценке реализации этапов стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в городе и сельской местности»¹⁴⁶.

¹⁴⁴Бабкин А. В. Особенности повышения удовлетворенности субъектов предпринимательства в современной экономике / А. В. Бабкин, М. Н. Руденко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2015. – № 6 (233). – С. 157-165; Плотников, В. А. Региональная политика: к вопросу о выборе приоритетов / В. А. Плотников, Е. М. Коростышевская // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 4. – С. 128-134; Плотников, В. А. Механизм государственно-рыночного регулирования предпринимательства в сфере услуг / В. А. Плотников, Т. Н. Горелова, И. С. Кошкина // Ученые записки Санкт-Петербургского академического университета. – 2012. – № 1 (36). – С. 33-39.

¹⁴⁵Инвестиционные механизмы возрождения традиционных отраслей сельскохозяйственного производства (на примере Омской области): коллективная монография / В. В. Алещенко, О. А. Алещенко, В. В. Карпов, А. А. Кораблева; под общ. ред. В. В. Алещенко, В. Карпова. – Омск: ООО ИЦ «Омский научный вестник», 2013. – С. 36.

¹⁴⁶Фридман Ю. А., Формирование моделей инновационного развития региона (на примере Кузбаса) / Ю. А. Фридман, Г. Н. Речко, Н. А. Оськина // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. // 2011. – Т. 11. – № 4. – С. 146-153.

Важно заметить, что все заинтересованные городские и сельские местные органы управления должны участвовать в разработке и реализации стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности ¹⁴⁷.

Для того чтобы малые формы предпринимательской деятельности в городах и сельских населенных пунктах динамично развивались, следует разработать и реализовать концепцию обеспечения благоприятных условий для их развития на основе введения дополнений в процессе стратегического развития в целом.

По нашему мнению, теоретические и методологические механизмы следует конкретизировать в контексте развития малого предпринимательства в сфере услуг в городах и сельских населенных пунктах. В связи с этим следует выделить и раскрыть значение термина «развитие» в различных областях науки для формирования стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг (таблица 5.1).

Таблица 5.1

Раскрытие значение термина «развитие» в различных областях науки

№ пп	Наименование термина	Определение рассматриваемого термина
1.	Онтогенез	В 1867 г. Э. Геккель ввел понятие онтогенеза для обозначения процесса реализации генетической информации, полученной от родителей.
2.	Пролификация	Происходит от лат. Proles – отпрыск и fero – несу. Обозначает размножение клеток делением, при котором ткани организма разрастаются.
3.	Воспитание	В русском варианте обозначает набор технологий, с помощью которых осуществляется целенаправленное формирование или изменение личности ребенка. И. П. Павлов определял воспитание как процесс сохранения исторической памяти популяции. В английском варианте аналог этого слова отсутствует и выражается другими понятиями: обучать, тренировать и т. п.
4.	Совершенствование	Модернизация, рационализация, движение вперед, повышение качества

¹⁴⁷Гамидуллаев, Р. Б. Анализ механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства / Р. Б. Гамидуллаев // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 295; Гамидуллаев, Р. Б. Разработка методики оценки эффективности государственной поддержки малого инновационного предпринимательства в РФ / Р. Б. Гамидуллаев // Государственное управление: электронный вестник. – 2012. – № 32. – С. 4.

Продолжение таблицы 5.1.		
5.	Усовершенствование	Действие, влекущее за собой изменение чего-либо в лучшую сторону по сравнению с предыдущим состоянием.
6.	Уточнение	Улучшение, выявление сущности процесса, явления, объекта.
7.	Формирование	Придание определенной формы.
8.	Становление	Возникновение чего-либо в соответствии с характерными признаками и формами.
9.	Эволюция	Процесс, закрепляющий мутации, увеличивающий приспособленность организмов.
10.	Прогресс	Происходит от лат. <i>Progressus</i> – движение вперед, успех, и обозначает поступательное движение вперед, в лучшую сторону.

Составлено автором на основе: Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова. -СПб, 2017. -291с.

С другой стороны, изучая значение термина «развитие» следует оценить решение, определяя понятный механизм с учетом роста хозяйствующих субъектов и ограничении ресурсного потенциала. Параллельно с этим, условия и процессы ведения бизнеса проходят глубокую модернизацию с учетом тех наработок, которые использовались ранее и по-разному имеют свою жизнеспособность реагировать на экономические процессы.

По сути, такой подход создает предпосылки для конкурентной борьбы бизнес-структур находящиеся на разных территориальных преобразованиях проверяя их на прочность и живучесть. Те компании/организации которые умело используют свои профессиональные навыки в своей предпринимательской деятельности, а также используют опыт развитых стран имеют все шансы на продолжительность своей деятельности в будущем и быть успешным участником рыночных отношений. В связи с этим необходимо развивать потенциал малого предпринимательства в сфере услуг на столько, на сколько это возможно.

Необходимо отметить, что под развитием малого предпринимательства в сфере услуг понимается ход действий, где происходят как качественные, так и количественные изменения, в процессе которого параметры устойчивости

деятельности хозяйствующего субъекта динамично растет. Оценивая плавный переход такого развития, где происходят качественные изменения материально-технической базы, профессионального роста сотрудников предприятия/организации, необходимо также отметить сохранение роли традиционно-качественных показателей, с учетом возможных форс-мажорных обстоятельств в ходе развития малого предпринимательства в сфере услуг.

По нашему мнению, вопрос связанный с рисками развития малого предпринимательства в сфере услуг является более чем актуальным. Учитывая этого на рисунке 30 предложена схема эволюционного развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах.

При этом надо оценить модернизацию материально-технического характера, кадровый персонал на соответствие всем требованиям соответствующего уровня. При этом необходимо сохранить имеющийся уклад качественной, бесперебойной деятельности организации во избежание всевозможных рисков.

«Прогрессивный изменения» в процессе изменения малого предпринимательства в сфере услуг может использовать кредитные средства для внедрения инноваций при поддержке госструктур для совместной деятельности или организации бизнес-инкубаторов.

В данном контексте «инновационная деятельность» выглядит наиболее рискованной, исходя из этого необходимо также внедрить систему риск-менеджмента, что в конечном итоге может принести положительные результаты. В свою очередь «консервативные изменения» имеет потенциал роста при качественном применении своего потенциала, но также считается рискованной деятельностью.



Рисунок 30. Эволюционное развитие малого предпринимательства в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах

Ряд авторов исследуя развитие малого предпринимательства в сфере услуг едины во мнении, что: «...основным залогом успеха считается расчет эффекта финансового рычага, по сравнению с рентабельности всего авансированного капитала с процентом, выплачиваемым за привлечение

заемных средств. В условиях, когда рентабельность выше, то использование заемных средств считается обоснованным»¹⁴⁸.

Согласно выделенных выше положений, следует разработать стратегию развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах. На рисунке 31 предложены этапы формирования стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах.

Используя рисунок 31 выделяем следующие варианты действия по разработке стратегии развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах:

– определение сильных и слабых сторон развития сельской и городской конгломерации. При проведении обзора стоит выделить положительные и отрицательные стороны развития со-всевозможными рисками для предпринимательской активности, которые могут появиться при осваивании заемных средств;

– установление целей и задач стратегического характера по развитию малого предпринимательства в сфере услуг на конкретных территориях (городов/сельской местности);

– принятие решения о разработке стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктов;

– разработка проекта принятия стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах;

¹⁴⁸ Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова. -СПб, 2017. -291с.; Ермолина, Л. В. Экономическое содержание категории «эффективность». Понятие стратегической эффективности // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 2 (8). – С. 98-102



Рисунок 31. Этапы формирования стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах

– внедрение и реализация стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах;

– оценка результативности стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах;

– поправка и уточнение при необходимости стратегических целей и задач по развитию МФПД на конкретных территориях (городов/сельской местности).

Таким образом, можно отметить исследования ряд авторов, что: «...система государственной поддержки на уровне города и сельского населенного пункта имеет необходимые возможности для успешного функционирования, включает в себя специальные органы и специализированные организации»¹⁴⁹. Такой опыт можно наблюдать на территории Российской Федерации.

В свою очередь, другие авторы склонны считать, что: «...на уровне города и его районов, а также сельских населенных пунктов также необходима реализация мер по поддержке малого предпринимательства, разрабатываемых и реализуемых программ, формирование необходимой инфраструктуры для развития предпринимательской деятельности»¹⁵⁰.

Бабкин А. В., и Зубарева А. М. считают, что: «...правовая среда функционирования для малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктах играет большую роль в

¹⁴⁹Зубаревич, Н. В. Региональное развитие и региональная политика в России // ЭКО. – 2014. – № 4. – С. 26-27; Зубатых О.Н. Государственно-частное партнерство как фактор развития малого бизнеса в регионах России в посткризисный период / О. Н. Зубатых, Е.А. Колесниченко // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 9. – С. 53-57.

¹⁵⁰Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.; Бабкин, А. В. Проблемы стратегического планирования в региональном и муниципальном звене управления Российской Федерации / А. В. Бабкин, Е. М. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2015. –№ 4 (223). – С. 25-37.

их развитии. В ней должны быть учтены отраслевые особенности, географическое расположение, национальные особенности, исторические традиции, а также мировой опыт»¹⁵¹.

Важно заметить, коллектив авторов относительно моделирования бизнеса утверждают, что: «...условие обеспечения экономической свободы, прав и гарантий, возможности заниматься законным бизнесом предусматривает самостоятельную нормативно-правовую базу, содержание которой будет учитывать особенности правового регулирования деятельности малых форм предпринимательской деятельности, связанное с необходимостью решения характерных проблем, именно ему присущих: недостаток оборотных средств, сложности со сбытом продукции и получением сырья, высокий уровень налогов и арендных платежей»¹⁵².

Современные хозяйствующие субъекты, которые работают на территориях как городских, так и прилегающих к ним районов становится все более выгодно в связи с развитием этих территорий, как с точки зрения притока денежных средств, так и со стороны пополняемости местных бюджетов налоговыми поступлениями.

Господдержка малого предпринимательства в сфере услуг создает положительную бизнес-среду для дальнейшего и благоприятного функционирования предпринимателям разного уровня на установленных территориях, что создает положительную динамику развития на перспективу.

В этой связи поддержка малого предпринимательства в сфере услуг на установленных территориях можно рассматривать как адресную деятельность местных Хукуматов путем формирования должной бизнес-инфраструктуры. Такие действия позволят осуществить правильный подход со стороны

¹⁵¹Бабкин, А. В. Анализ направлений противодействия недобросовестным практикам предпринимательства на открытом рынке / А. В. Бабкин, А. М. Зубарева // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2014. – № 6 (209). – С. 192-199.

¹⁵²Каменнова А. Моделирование бизнеса. Методология ARIS: практическое руководство [Текст] / А. Каменнова, А. Громов, М. Феррапонтов, А.Шмалюк. - М., Весть-Метатехнология, 2000. – 327 с.

госорганов и понимания со стороны предпринимателей о тесном взаимодействии по развитию территорий который даст положительный социально-экономический эффект. Правильно поставленные действия позволят в той или иной степени повлиять на деятельность малого предпринимательства в сфере услуг формируя базовые механизмы поддержки.

Относительно поддержки бизнеса ученые-экономисты Бабкин А. В., и Евсеева О. А., выразились следующим образом: «...надо выделить грань между регулированием и вмешательством. Здесь следует выделить роль государства в регулировании экономики»¹⁵³.

Рассматривая проблемы поддержки малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг городов и сельских населенных пунктов, следует быть осторожным, так как чрезмерное потворство одним может повлиять на конкурентоспособность других предприятий/организаций. Исходя из этого помощь должна быть в той мере, в которой такая помощь может перекрыть проблемные стороны как социального, так и экономического характера для развития этих территорий.

Кроме того, для оценки степени необходимости, следует проводить анализ отношений между администрацией и предпринимательским сообществом, учитывая их обращения и их активную работу с Хукуматом по решению вопросов о развитие малых форм предпринимательской деятельности в городе и сельском населенном пункте.

В целом, в контексте мер по поддержке малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг в городе и сельском населенном пункте на основе принципа максимальных возможностей требуется выявить задачи, которые необходимо выполнить госорганам, а именно, помощь малого предпринимательства в сфере услуг в кризисной

¹⁵³Бабкин А. В. Формирование методики оценки эффективности государственной поддержки малых и средних предприятий / А. В. Бабкин, О. А. Евсеева // Известия Байкальского государственного университета. 2014. – № 6. – С. 79-84.

ситуации, когда это необходимо больше всего, формированию должной инфраструктуры для развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг города и сельского населенного пункта. Помощь вновь зарегистрированным малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг города и сельского населенного пункта, а также повысить деятельность в области инвестиционной привлекательности.

По мнению исследователя Ж.Г. Петухова в области развития малого предпринимательства в сфере услуг утверждает, что: «...данный подход представляется единственно верным, так как допускает максимально возможное содействие развитию малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг города и сельского населенного пункта не создавая неконкурентную ситуацию»¹⁵⁴.

Предоставляя поддержку хозяйствующим субъектам сферы услуг местные органы самоуправления тем самым решают ряд социально-экономических задач, от сохранения рабочих мест до пополняемости местных бюджетов налогами разного уровня.

Создавая должную инфраструктуру для малого предпринимательства в сфере услуг местные органы самоуправления оказывают помощь хозяйствующим субъектам, которые начинают предпринимательскую деятельность с нуля, тем самым создавая благоприятные условия для ведения бизнеса на территории города и сельского населенного пункта.

При этом оценка эффективности работы Хукумата по поддержке малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг города и сельского населенного пункта по критерию «прибыльность бизнеса» предусматривает создании такой инфраструктуры, на основе которой:

¹⁵⁴Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.

а) создания и улучшения работы действующих бизнес-ассоциаций и консорциумов;

б) развитие аутсорсинговых центров для поддержки МФПД;

в) на базе госструктуры организовать спецотдел, деятельность которого будет вестись исключительно по предоставлению нормативно-правовой консультаций и т.д.;

г) организовать информационный ресурс для оказания помощи МФПД в области финансов, налоги и страхование;

д) координация деятельности предпринимательского сектора с научным сообществом.

Основные параметры результативной работы по развитию малого предпринимательства в сфере услуг со стороны местных Хукуматов, по нашему мнению, это своевременное реагирования на возникшие проблемы малого бизнеса, транспарентность в деле по поддержанию малого предпринимательства в сфере услуг, предоставление всем заинтересованным хозяйствующим субъектам равных условий введения бизнеса. Необходимо также отметить, что со стороны госструктур необходимо внедрение понятия социальной ответственности в бизнес-среде для понимания ими ответственности перед обществом.

В связи с этим стоит обратить внимание на механизмы поддержки со стороны государственных органов для малого предпринимательства в сфере услуг. К ним можно отнести понижения уровня бюрократических процедур регистрации вновь создаваемых хозяйствующих субъектов, предоставление налоговых послаблений, предоставление на приемлемых условиях помещения в лизинг, а также точки сбыта продукции (ярмарки) и т.д.

Также хотелось бы обратить внимание на следующий аспект поддержки малого предпринимательства в сфере услуг, а именно, по нашему мнению, необходимо сформировать на уровне научного сообщества, госорганов и

представителей бизнеса в рамках стратегии развития бизнеса Координационный совет.

В целом, полученные результаты позволили разработать концепцию предоставления должных условий для развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг города и сельского населенного пункта суть, которой заключена в том, что ход реализации развития бизнес-среды должен иметь эволюционную направленность, где все заинтересованные стороны в обеспечении социально-экономическом развитии взаимодействуют скоординировано.

Главной особенностью предложенной концепции является инкорпорирование базовых положений НСР-2030 и Стратегии развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 г. в Республике Таджикистан.

5.2. Модель организации бизнес-инкубатора – как основа развития малого предпринимательства в сфере услуг

На основе анализа существующих моделей выделения и использования государственных субсидий в целях поддержки малого предпринимательства в сфере услуг, мы пришли к выводу о том, что еще эти средства можно использовать для реализации обоснованных целевых программ в условиях конкретных территорий.

Оценка функционирования малого и среднего бизнеса показывает, что применять механизмы венчурного финансирования «start-ups», где для этих целей использование таких фондов начинающих бизнес-проектов более чем актуально.

Также, рассматривая поддержку малого предпринимательства в сфере услуг важным считаем задействование механизмов ГЧП (частичное

финансирование со стороны государства) при создании новаторских проектов на базе бизнес-инкубаторов/акселератов.

В этой связи ряд авторов указывают, что: «построение экономико-математической модели его создания и функционирования очень сложно из-за территориальной дифференциации, однако построение логической модели считаем целесообразным»¹⁵⁵.

Другие авторы склонны считать что: «...бизнес-инкубаторы выполняют задачу как поддержку уже успешно функционирующих субъектов малых форм предпринимательской деятельности сферы услуг создание новых и реконструкция действующих их субъектов в конкретных территориях»¹⁵⁶.

На основе анализа установлено, что реализации социально-экономической помощи малого предпринимательства в сфере услуг показывает свою работоспособность. Относительно оценки поддержки бизнес-структур коллектив авторов сошлись во мнении, считая, что: «...основной задачей предпринимателя становится обеспечение выпуска продукции, предоставление услуг в максимально возможные сроки, а также и выход на внутреннем и внешнем рынке»¹⁵⁷.

Исследования научной литературы слова - “инкубатор” - без слова – “бизнес”, можно понимать, как: «...прибор для искусственного вывода птенцов, либо аппарат для помещения недоношенных детей и создания условий для их выживания, а добавление слова “бизнес” характеризует это

¹⁵⁵ Колесников А. М. Экономические подходы к оптимальному росту предприятий / А. М. Колесников, И. А. Киршина, М. В. Грицаева // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире.* – 2014. – Т.2. № 5. – С. 90-94; Колесников А. М. Размер промышленного предприятия как фактор его эффективности / А. М. Колесников, М. В. Грицаева // *Известия Санкт Петербургского государственного экономического университета.* – 2014. – № 1. – С. 63-67.

¹⁵⁶ Там же

¹⁵⁷ Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.; Блинов А. О. Процессный подход в системе менеджмента современных организаций / А. О. Блинов, О. С. Рудакова // *Экономика и управление: проблемы, решения.* – 2014. – № 1. – С. 57.

понятие как механизм, обеспечивающий благоприятную среду для развития новорожденных идей и их успешной коммерческой реализации»¹⁵⁸.

Действующий опыт функционирования бизнес-инкубаторов показывает, что они способствуют снижению уровня банкротств хозяйствующих субъектов, повышая их социальную ответственность новыми рабочими местами и другими ноу-хау.

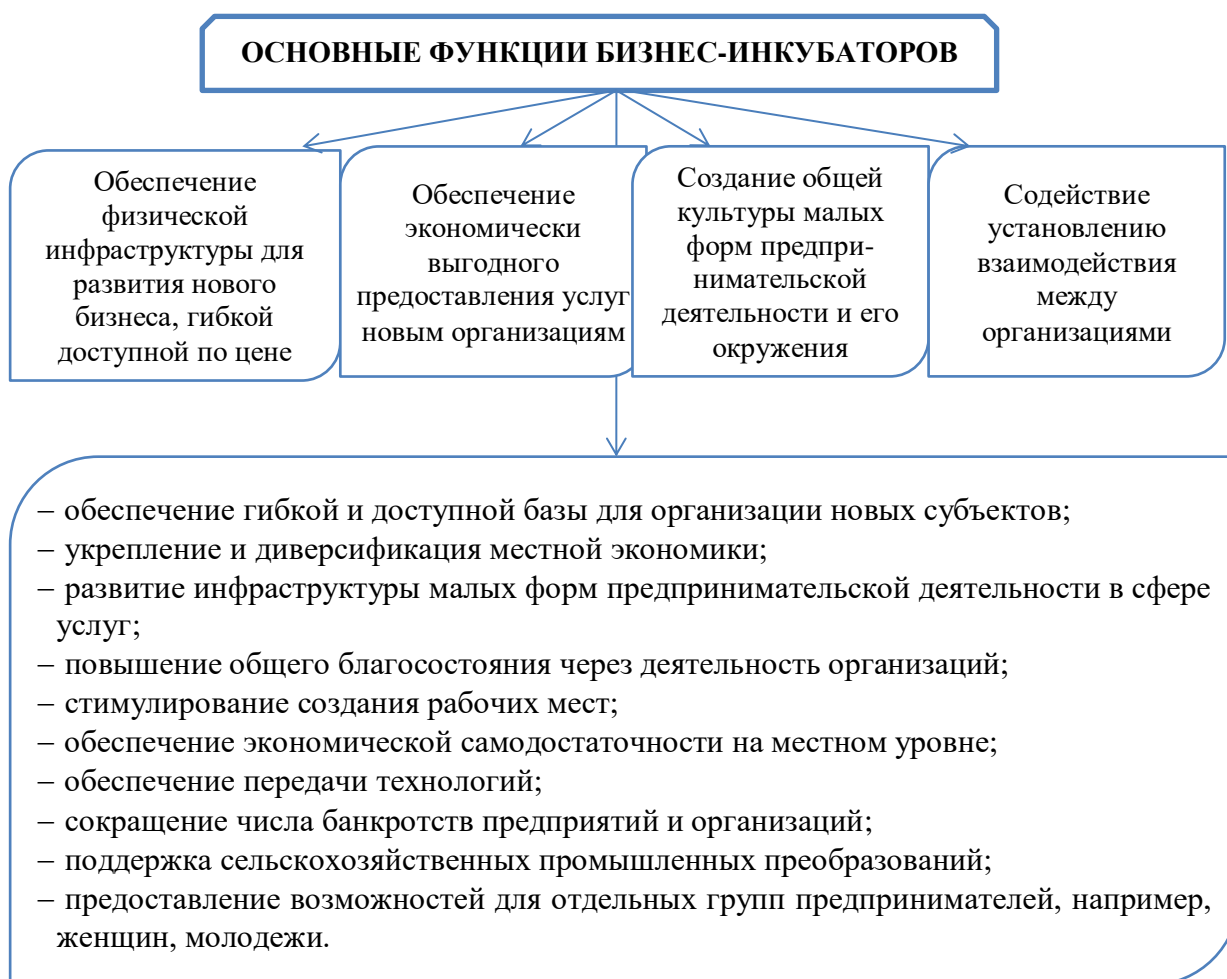


Рисунок 32. Основные функции, которые выполняющие бизнес-инкубаторы (составлено автором)

¹⁵⁸ Глущенко В.В. Актуальные аспекты системного и процессного подходов в исследованиях экономики и управления/В.В. Глущенко//Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. – № 7 (55). – С. 39; Горденко Г.В. Межфирменная кооперация в инновационной сфере, как объект государственного регулирования/Г.В. Горденко//Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 2. – С. 8.

Другими словами “бизнес-инкубатор”, это площадка где малые предприятия могут реализовать свои новаторские идеи воплотив их в жизнь и достичь определенного развития до приобретения экономической самостоятельности и приобретают конкурентные преимущества в реальных условиях.

С учетом этого на рисунок 32 нами представлены общие и частные функции, которые должны выполнять бизнес-инкубаторы.

Анализ процесса организации и управления поддержки малого предпринимательства в сфере услуг, где главная функция, в контексте бизнес-инкубатора, является площадка для реализации своих возможностей, а также предоставления помощи различного характера, начиная от организационной до инновационно-технологической.

Концептуальные основы развития “бизнес-инкубатора” рассматривают адресную поддержку по средствам целевых программ развития предпринимательства. Исходя из этого мы выделяем типологию современных городских бизнес-инкубаторов, учитывая их ориентации и специализации (рисунок 33).

Опыт показывает, что БИ должны быть ориентированы на использовании современных технологий. Например, в КНР они связаны с научными центрами и высшими профессиональными учебными заведениями.

В Бразилии, Мексике, Чехии, Польше большое внимание уделяется оказанию услуг предпринимателям. В ЕС функционирует система «Деловых инновационных центров», охватывающие перспективные проекты и обеспечения их требуемой инфраструктурой. В условиях развития государственно-частного партнерства эти центры дают право местным хукуматам, участникам рыночных отношений, инвесторам и научному сообществу принимать участие в формировании и дальнейшего развития инновационного предпринимательства.

ОРИЕНТАЦИЯ И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ

1. БИ с ориентацией на конкретные группы населения: женщин, социальные меньшинства, иммигрантов, выпускников высших учебных организаций

2. Международные БИ стимулируют иностранные капиталовложения, как финансово, так и технологически. Иностраный менеджмент. Они сориентированы на экспорт местной продукции уделяют большое внимание повышению качества. Условиям получения кредита для потребителей, правильному оформлению документации, упаковке

3. БИ с ориентацией на производственные подряды на основе связей с крупным предприятием и создания новых производственных объектов для продажи продукции. Такие инкубаторы обращают большое внимание на качество, своевременность поставок, сертификаты соответствия международным стандартам

4. БИ с ориентацией на определенную отрасль производства (биотехнологию, программные продукты, металлообработку, народные ремесла, керамику, сельскохозяйственное производство и пр.)

5. Университетские БИ поддерживают, главным образом, высокотехнологичный бизнес, начатый на факультетах или теми, кто связан с университетом. Такие производства могут основываться на научно-исследовательских разработках

6. Технически ориентированные БИ в соответствии с приоритетами городской экономики. Количество новых рабочих мест, образованных в результате внедрения высоких технологий может быть недостаточным. Так как новые высокотехнологичные производства могут не иметь профессиональной репутации. Их связь с университетами будет работать на создание положительного имиджа для местного сообщества. технологические компании, в основном, образуются изобретателями или инженерами. Им нужна серьезная бизнес-поддержка. У таких объектов более долгий инкубационный период и более медленный бизнес-оборот

7. Областные или аграрные БИ сориентированы на стимулирование производств на базе местного сырья

8. Центральные БИ, укомплектованные административным персоналом, который может оказать поддержку БИ – спутникам, имеющим минимум персонала и высокую производительность. Сочетание центрального БИ его спутников сокращает оперативные расходы и повышает эффективность работы БИ

9. Виртуальный БИ (БИ без стен). Такие БИ имеют ограниченный контингент арендаторов и специализируются на оказании консалтинговых услуг через научно-исследовательский спектр университетов, лабораторий предприятиям, расположенным на тех же территориях

Рисунок 33. Ориентация и специализация современных бизнес-инкубаторов

Также он указывал, что: «...в США организация и финансирование БИ происходит следующим образом - около 50% БИ финансирует государство, 25% – на основе партнерства государства и частных инвесторов, 20% – университеты и местные колледжи и около 5% – на коммерческой основе частными инвесторами»¹⁵⁹.

В России в последние годы бизнес-инкубаторы, и технопарки, успешно развиваются. Прежде всего, бизнес-инкубаторы осуществляют на начальном этапе развития должную поддержку. В свою очередь технопарки имеют направленность на дальнейшее сопровождение и возрастания зоны деятельности. И здесь практика совпадает со странами Европы и Америки. Учитывая опыт зарубежных стран на рисунок 34 приведены факторы успеха и проблемные места развития инновационной инфраструктуры в городах.



Рисунок 34. Факторы успеха и проблемные места развития инновационной инфраструктуры в городах

¹⁵⁹ Там же

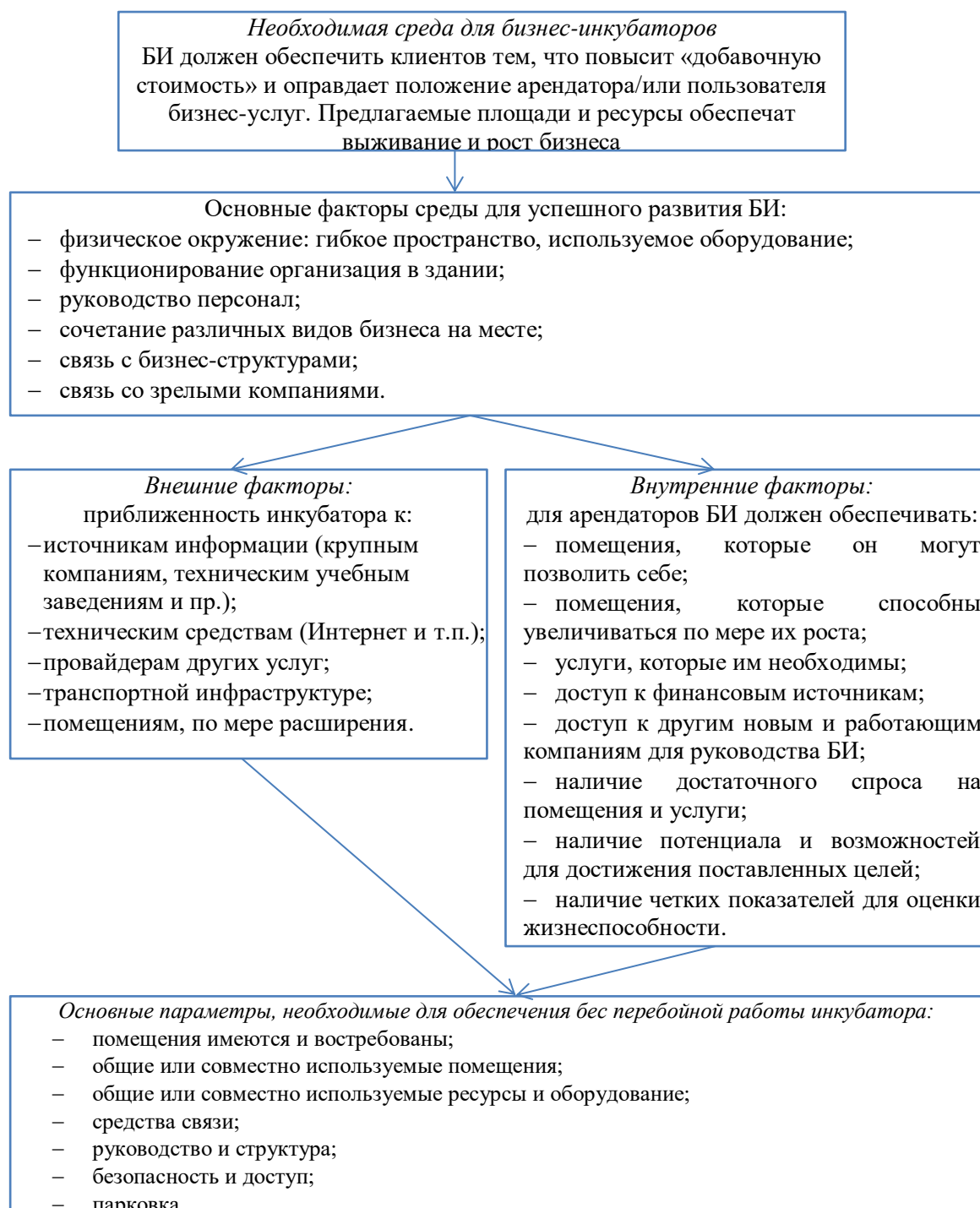


Рисунок 35. Необходимые элементы среды для успешного развития бизнес-инкубаторов

Следует отметить, что учет выделенных факторов и проблемные вопросы развития инновационной инфраструктуры требует внимание уделить изучению необходимых элементов для успешного развития БИ (рис. 35).

С целью эффективного функционирования бизнес инкубаторов важным считаются основные параметры, необходимые для обеспечения бесперебойной их работы условиях конкретных территорий (рисунок 36).

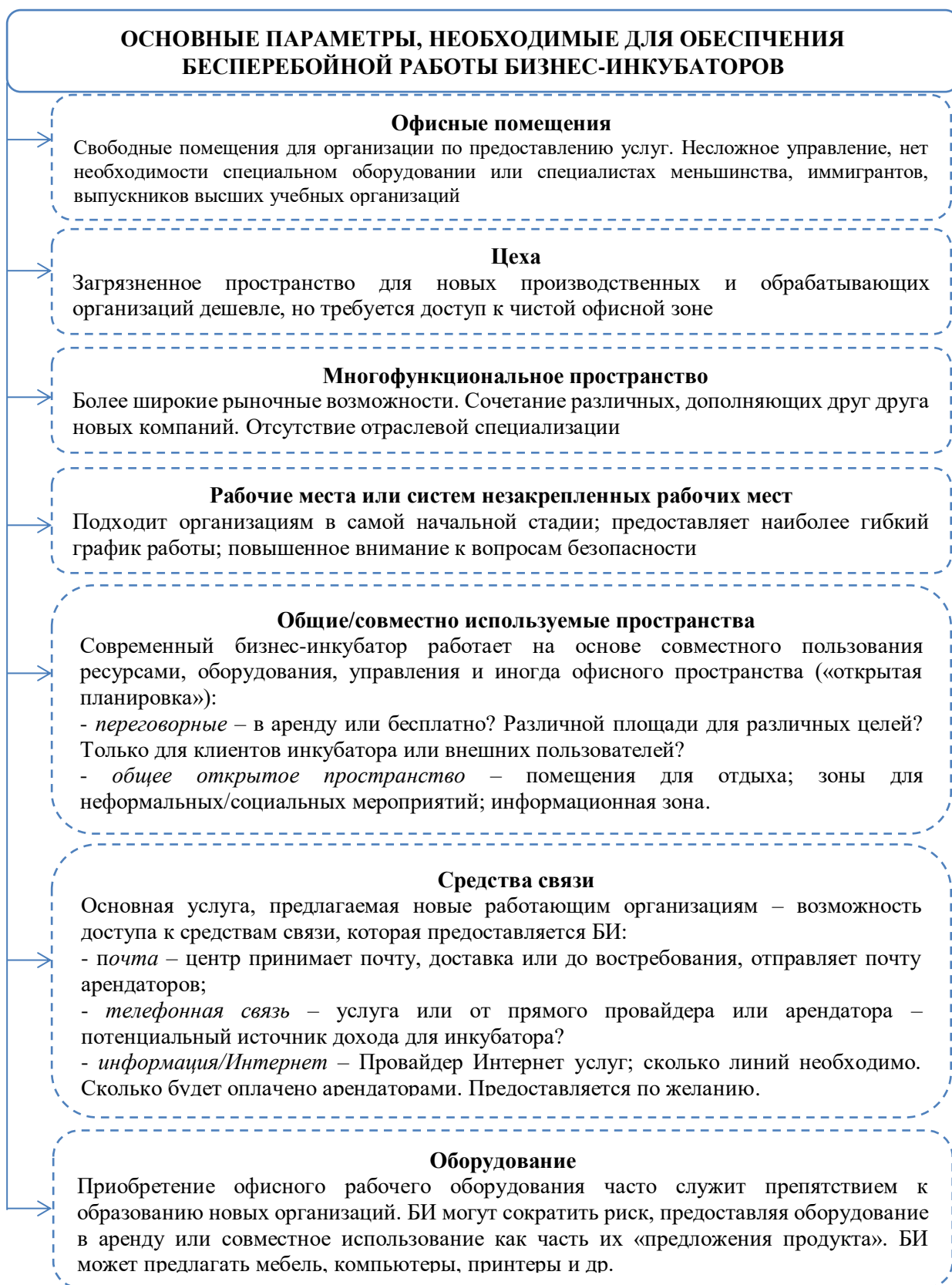


Рисунок 36. Основные рабочие параметры, необходимые для обеспечения бесперебойной работы инкубатора

Поэтому важным считаем пошаговую методику организации бизнес инкубаторов в городе, нами представлена на рисунке 37.

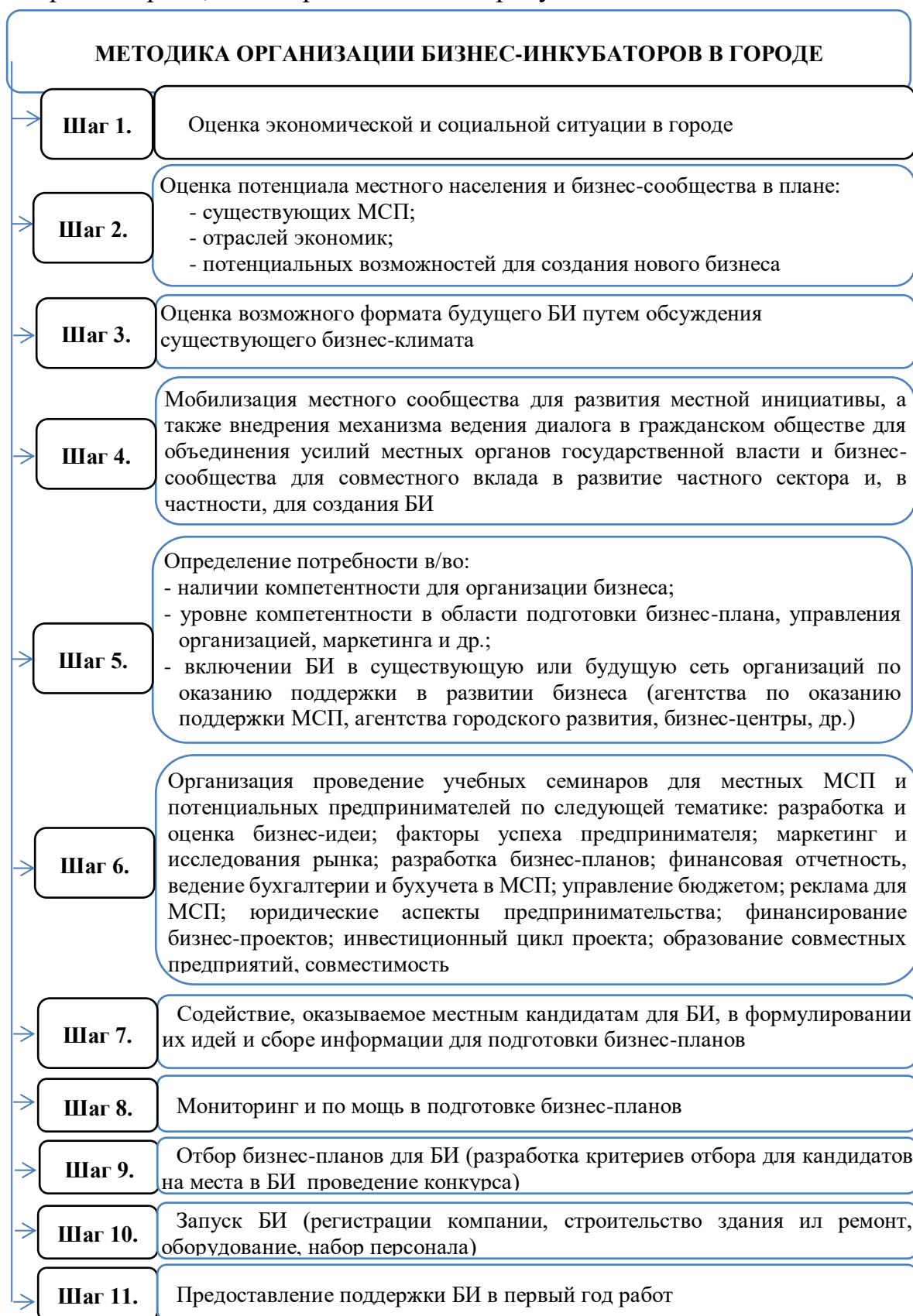


Рисунок 37. Методика организации бизнес-инкубаторов в городе

Опыт показывает, что во всех странах мира особое внимание уделяется оценке эффективности функционирования бизнес-инкубаторов. К слову, рейтинг “UBI Global” и “UBI Awards in Europe” функционируют в Италии и в Турине, в процессе деятельности были номинированы одни из лучших БИ на Западе. В 2015 г. 117 европейских таких “start-up” приобрели порядка по двадцать миллион долларов США, каждый из которых сформировали по триста сорок шесть новых рабочих мест в среднем.

Кроме того, в мире определяется рейтинг «Топ университетских бизнес-инкубаторов», рейтинг «Топ университетских ассоциированных бизнес-инкубаторов» и рейтинг «Топ университетских бизнес-акселераторов». Ежегодно выделяют по десять университетов “бизнес-инкубаторов” и “ассоциированных БИ”, а также пять “бизнес-акселераторов” в странах Европы.

Анализ показывает, что согласно указанных рейтингов, в каждую группу попали бизнес-инкубаторы России и стран ЕС. Важно заметить, что, используя основные критерия определяют мировой рейтинг БИ. Также по этим критериям отбираются БИ и проводится бенчмаркинг, то есть выявляют лучшие бизнес-практики.

Особенно важно выделить роль независимого бенчмаркинга, а также методологию UBI Global с целью проведения сравнительного анализа производительности бизнес-инкубаторов, разработанной экспертами сферы услуг в страновом разрезе¹⁶⁰.

Анализ показывает, что в последние годы стоит отметить значимость БИ и акселераторов в вопросе социально-ориентированных, где главным направлением деятельности связано с ИКТ индустрией. На основе сравнения эффективности вложенных средств установлено, что в ЕС их больше чем в Северной и Южной Америки.

¹⁶⁰Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.

Анализ показывает, что существуют различные показатели для оценки бизнес-инкубаторов. В целом выделяют 65 показателей, а мы выбрали 17 показателей, с помощью которого можно оценить эффективность БИ, создаваемых в сфере услуг города (таблица 5.2.).

Таблица 5.2.

Рекомендуемые показатели для оценки эффективности функционирования
бизнес инкубаторов

№ пп	Наименование показателей	Количественная оценка	Качественная (экспертная) оценка
1	Миссия программы инкубации	+	
2	Процент принятых стартапов по специализациям: IT, социальные проекты /экология, без специализации, другие	+	
3	Годовой бюджет программы инкубации	+	
4	Основные ресурсы финансирования бизнес-инкубатора: • <input type="checkbox"/> финансовые; • <input type="checkbox"/> интеллектуальные	+	+
5	Услуги, активно предоставляемые стартапам (клиентам): • <input type="checkbox"/> обеспечение; • <input type="checkbox"/> продвижение	+	+
6	Ключевые организации, которые поддерживают и финансируют программу	+	
7	Показатели успеха программы (расставьте в порядке от самого важного до менее важного, где 1 – это более важный показатель, 7 – менее важный): • <input type="checkbox"/> компетентные стейкхолдеры, вовлеченные в деятельность бизнес инкубатора; • <input type="checkbox"/> проведение маркетинговых и PR активностей; • <input type="checkbox"/> возможность привлекать стартапы с высоким потенциалом; • <input type="checkbox"/> квалифицированные коучи и менторы; • <input type="checkbox"/> поддержка тесных связей с выпускниками;	+	

	<ul style="list-style-type: none"> •□ создание поддерживающей предпринимательской атмосферы / культуры среди стартапов; •□ обеспечение необходимыми контактами и связями (с большими компаниями, правительством, профессионалами) 	+	
8	Общее количество проводимых мероприятий в год	+	
9	Количество международных партнеров	+	
10	Количество местных и республиканских партнеров	+	
11	Общее число заявок на программу инкубации в год	+	
12	Бэкграунд предпринимателей, которые подают заявки в инкубатор: студенты, исследователи, работники университета, бывшие работники крупных компаний, бывшие работники из МФПДСУ другие	+	
13	Общее количество менторских часов на 1 стартап в месяц	+	
14	Общее число тренинговых сессий и воркшопов, которые проводит инкубатор в год	+	
15	Медиа охват программы инкубации (получатели еженедельной рассылки, подписчики в социальных сетях, упоминания в СМИ и другое)	+	
16	Количество создаваемых рабочих мест (в год)	+	
17	Истории успеха выпускников / резидентов за последние 5 лет	+	

Предлагаемая методика¹⁶¹ организации бизнес-инкубаторов дает возможность оценить эффективности их функционирования в городе Пенджикент.

¹⁶¹Петухова, Ж. Г. Модель организации и оценки результативности бизнес-инкубатора, как стимула развития малого и среднего предпринимательства в регионе / Ж.Г. Петухова // Инновации и инвестиции. – № 11. – 2016. – С. 115 – 121. (0,4 п. л.). [Электронный ресурс] URL: http://innovazia.ucoz.ru/_ld/0/66_11_2016.pdf.

В целом предлагаемая модель способствует организацию бизнес-инкубаторов для развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг конкретного города.

5.3. Развитие системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства в сфере услуг

Имеющие широкие полномочий исполнительных органов власти, различных аппаратов управления, достаточный объем финансово-материальных, человеческих ресурсов, которые находятся в распоряжении государственных органов, дают государству широкие возможности по регулированию предпринимательства в сфере услуг на республиканском и региональном уровнях.

Государственное регулирование предпринимательства в сфере услуг на региональном уровне имеет определенные социальные и экономические цели, состав которого сложно определяется в нормативных, методических и научных источниках. Так, Свириденко Ю.П.¹⁶² в своей монографии определяет следующие основные цели управления сферой услуг на региональном уровне:

- обеспечение населению региона и территорий широким спектром услуг, на которых имеется больше спроса;
- предоставление населению различных видов услуг в зависимости от времени работы хозяйствующих субъектов;
- обеспечение населения видами услуг разного уровня, с учетом их цены и уровнем доходов населения;
- предоставление самых необходимых услуг социально уязвимым слоям населения.

¹⁶² Сфера услуг: проблемы и перспективы развития: в 4 т. Т. 1. Формирование сферы услуг / под ред. Ю.П. Свириденко; Моск. гос. ун-т сервиса. - М.: ВЕГА ИНТЕЛ XXI, 2000. - С. 189.

Рассматривая данное мнение вышеназванного автора, мы считаем необходимо дополнить их следующими целями:

- создание необходимых условий для обеспечения эффективной работы предприятий по производству товаров и предоставление услуг;
- содействовать обеспечению рынка необходимыми товарами и услуг для удовлетворения спроса населения;
- содействовать развитию добросовестных конкурентных отношений, а также не допускать развитию монопольных отношений;
- обеспечить защиту прав и интересов потребителей услуг.

На наш взгляд, применение вышеназванных целей будет возможно путем принятия следующих системных и последовательных экономических, а также административных мероприятий:

- планирование и прогнозирование для долгосрочного развития предпринимательства в сфере услуг;
- содействие регулированию и увеличению объемов производства товаров и услуг;
- осуществлять контроль за уровнем цен и тарифов на виды услуг;
- государственное регулирование уровня доходов населения, их заработной платы и других видов доход, уровень доступности виды услуг различным категориям покупателей;
- регулирование монопольных отношений на рынке услуг, содействие развитию конкурентных отношений;
- надзор за качеством услуг, а также их экологических свойств и безопасности;
- поддержка и стимулирование реализации новой техники и технологии в отраслях сферы услуг.

Теперь будем рассматривать возможные направления совершенствования механизмов государственного регулирования и контроля отраслями сферы услуг. Необходимо отметить, что к хозяйствующим

субъектам частной и коллективно-групповой форм собственности относятся, в основном, формы косвенного финансово-экономического регулирования, а также административные меры воздействия на базе нормативно-правовых документов.

Государственные унитарные предприятия, которые находятся в собственности государства, в основном управляются методами административного управления и планирования. К основным методам государственного регулирования хозяйствующих субъектов относятся административные, экономические, финансовые и т.д. Можно перечислить основные механизмы реализации этих методов:

- долгосрочное планирование и индикативное прогнозирование;
- предоставление субъектами рынка информационные и консалтинговые услуги;
- разработка различных видов баланса;
- государственное планирование (применительно к государственным предприятиям);
- разработка и применения экономических программ;
- предоставление налоговых льгот и кредиты по низким ставкам;
- обеспечение страховой защитой рисками;
- предоставление кредитными организациями гарантированные кредиты;
- применение налоговых льгот по региональным налогам;
- предоставление налоговых кредитов (налоговых отсрочек или каникул) предприятиям сферы услуг;
- регулирование и уменьшение арендной платы за нежилые и производственные помещения, которые арендуются предприятиям сферы услуг;
- регулирование ставки арендных платежей за землю;

- установление тарифов оплаты энерго-тепло- и водоснабжения и других услуг предприятиям сферы услуг;

- реализация системы стимулирования или штрафов при исполнении договоров, заключенных с другими контрагентами, например, договорные премии и неустойки;

- гарантированное выделение доли заказа некоторым предприятиям сферы услуг;

- рациональное территориальное размещения хозяйствующих субъектов сферы услуг;

- регулирование процесса регистрации и лицензирования предприятий сферы услуг;

- установление минимального наименования услуг, которые имеют социальное значение;

- надзор за деятельностью предприятий сферы услуг, в частности по вопросам соблюдения прав покупателей, правил реализации услуг, санитарии и т.д.;

- финансово-материальное стимулирование, работников сферы услуг, например, вручение денежных призов, присвоение почетных званий и т. д.

Совершенствование деятельности хозяйствующих субъектов, обеспечение при этом финансово-экономических интересов государства, решение задач содействия росту производства услуг, а также решение социальных вопросов можно достичь путем решения следующих задач:

- повышение эффективности процесса торгов, в том числе путем применения новых технологий, улучшения информационного обеспечения контрактов;

- формирование эффективной инфраструктуры, в том числе привлечение квалифицированных специалистов как оценщиков, экспертов и т.д.

В условиях экономической самостоятельности предприятий выполнении задачи сохранения профиля деятельности предприятиями сферы

услуг, соблюдение ими ассортиментных и номенклатурных минимумов является очень сложным. Для эффективного решения данной задачи необходимо формировать систему постоянного контроля за ходом исполнения заключенных договоров, усилить систему штрафов, санкций и административной ответственности за нарушение договорных обязательств, разработать для всех отраслей сферы услуг обязательные ассортиментные минимумы услуг и следить за их соблюдением, а также в определенной мере сохранить порядок долгосрочной аренды предприятиями сферы услуг помещений и площадей.

Если определенная часть производственных помещений и площадей находятся в собственности государства, тогда это будет эффективным рычагом для регулирования деятельности предприятий в сфере услуг.

Другой важной мерой по сохранению профильности предприятий сферы услуг, на наш взгляд, является объединение многочисленных мелких предприятий в отраслевые ассоциации, корпорации и союзы, с возложением на последние обязанностей по сохранению общего объемов и наименований услуг предприятий сферы услуг.

В Гражданском кодексе Республики Таджикистан закреплено понятие «полное хозяйственное ведение», однако ни в Гражданском кодексе, ни в других нормативных документах не решен целый ряд проблем, связанных с передачей государственного имущества в хозяйственное ведение и режимом его использования: непонятно, какая инстанция и на каком основании передает имущество в хозяйственное ведение; как меняется при этом статус предприятия и трудового коллектива. Это создает проблему в отношениях между государством и предприятием, затрудняет четкое разделение прав и ответственности этих субъектов.

На наш взгляд, государственные предприятия, которым имущество передано в хозяйственное ведение, должны выступать как полноправные рыночные субъекты, т.е. - арендаторы.

Мы считаем, что доверительный собственник обязан осуществлять право собственности на переданное ему имущество исключительно в интересах выгодоприобретателя. В связи с этим, возникает вопрос о том, что является ли экономически ответственным предприятия за имущество и за свою деятельность в интересах собственника и бенефициария? До сих пор не решен вопрос об интересах доверительного собственника, осуществляющий хозяйственную деятельность.

Доходы или прибыль, получаемые доверительным собственником и бенефициарием траста, а также имущество, которое по договору о трасте передано, подлежит налогообложению. Налог на имущество уплачивается доверительным собственником из тех средств, которые подлежат выплате бенефициарию, однако не уточнено, что кто должен уплачивать налог на прибыль. Как доверительный собственник, так и бенефициарий уплачивают налог на прибыль из своего дохода или прибыли. Однако в соответствии с налоговым законодательством Республики Таджикистан налог на прибыль вносится до ее первичного распределения по месту ее образования. Доверительный собственник может быть либо физическое лицо, либо бенефициарием, т.е. юридическое. Необходимо отметить, что доходы юридических и физических лиц по разной форме облагаются налогами.

Анализ зарубежных стран показывает, что в результате обобществления производства одновременно усугубляется и процесс обобществления капитала. В структуре функционирующего капитала предприятия доля собственного меньше чем доля заемного капитала. В результате развития отношений собственности предприятия все меньше имеет дело с собственным капиталом (имущественным, финансовым и др.), а собственник все меньше выступает как субъект предпринимательской деятельности. Таким образом, разделение функций собственника и менеджера, заключение договоров между ними является объективным условием успешного функционирования и воспроизводства самого капитала.

По нашему мнению, механизм использования государственной собственности в сфере услуг необходимо формировать с учетом названного разграничения, так как не сам собственник, ни государственные органы власти, которые представлять интересы собственника, не могут выступать в роли предприятий. Эти субъекты вынуждены отказаться на собственность унитарного предприятия, учрежденному государственными органами власти, юридическому или физическому лицу. При этом отчуждение права на использование собственности предполагает возмездность или возвратность собственности, плату за пользование капиталом.

Унитарное предприятие как хозяйствующий субъект приобретает полную хозяйственную самостоятельность и несет экономическую ответственность за результаты деятельности. Государственные органы не несут ответственности по обязательствам и за деятельность государственного унитарного предприятия. Однако данные хозяйствующие субъекты не могут отвечать по своим обязательствам недвижимым имуществом, которые являются государственной собственностью. Также, перед собственника имущества хозяйствующего субъекта должны нести обязательства по обеспечению сохранности и воспроизводства переданного ему в хозяйственное ведение имущества. Собственник имущества должен иметь право контролировать состояние и воспроизводство данного имущества и своевременное поступление платы за пользование им.

На наш взгляд, при обосновании размера арендной платы и определении платы за имущество необходимо, учесть следующие принципы:

- учет реальной восстановительной стоимости средства производства;
- группировка платы в зависимости от сроков передачи, эффективности техники и технологий, уровня износа имущества;
- учет прибыльности хозяйствующего субъекта и договорных условий, которые разграничить по контракту передачи самостоятельность

доверительного собственника или арендатора в применении имущественных прав.

Другим важным механизмом влияния на предприятия сферы услуг является участие государства как собственник (акционер) предприятия. Покупка со стороны государства часть капитала хозяйствующего субъекта сферы услуг должен служить как фактор его эффективного роста, улучшения его инвестиционной среды, содействовать реализации основных социальных задач по предоставлению социальных услуг гражданам. В последние годы широко распространяется процесс передаче государственной собственности определенными органами власти как вклад в собственный капитал акционерного общества (АО). По данному вопросу предполагается два направления. Теперь будем их рассматривать.

Вариант А. Акционерное общество, 100% уставного капитала которого составляет собственность Таджикистана.

Вариант Б. В уставном капитале участвуют несколько акционеров.

Следует отметить, что при обоих вариантах государственная собственность, которая вносится как вклада в акционерный капитал акционерного общества, отчуждается и не возвращается. Акционерное общество - это юридическое лицо, который имеет право на собственности имущество, которое передается ему другими субъектами как вклад и других платежей и не зависить от того, кто является учредителем и субъектом акционерного общества.

Так как акционерное общество владеет, использует и распоряжается имуществом, то его невозможно называть государственным, и его имущество государственной собственностью. Государственные органы исполнительной власти могут быть только держателем пакета акций, дающие ее владельцу право на участие в управлении акционерного общества и извлечение дивиденда негарантированного, но не право собственности на имущество.

В контракте о передаче в аренду или траст объем арендных выплат может быть установлен в контракте с гарантиями. Данный шаг позволяет

принимать в соответствующие бюджеты постоянные доходы от имущества хозяйствующих субъектов, но оставлять его в собственности Таджикистана. Мы считаем, что в нынешних условиях самых эффективных форм применения имущества в сфере услуг считаются передача в аренду, а в дальнейшем и трастовых форм взаимоотношений.

С целью улучшения заинтересованности, а также ответственности доверительных собственников и менеджеров на предприятии с государственными паями необходимо рационально предполагать передачи менеджеру опциона на получение всего или части управляемого имущества. Данное право также можно передать и инвесторам, которые вкладывают большие инвестиционные ресурсы в хозяйствующие субъекты, где имеется доля государственной собственности.

Анализируя состояния предприятий сферы услуг Республики Таджикистан можно сделать вывод о необходимости дальнейшего обеспечения участия государственной собственности в данной сфере.

На наш взгляд, государственным предприятиям необходимо функционировать в некоторых отраслях сферы услуг, которые имеют социальное значение, в том числе по реализации ритуальных услуг, химчистка одежды, ремонт обуви, банно-прачечных услуг, предоставление социальных услуг ветеранам, пенсионерам и инвалидам.

Необходимо отметить, что из всех существующих форм и механизмов государственного регулирования предприятий сферы услуг в современных условиях хозяйствования самыми основными считаются экономические.

С учетом сложного экономического положения предприятий сферы услуг, а также в связи с проведением экономической реформы, перераспределением финансовых ресурсов между республиканским и местными бюджетами, на наш взгляд, следует очень осторожно применять налоговые и финансовые методы хозяйствующих субъектов. Это особенно относится предоставлению

хозяйствующим субъектам налоговых льгот, преференций, налоговых вычетов и т.д.

Анализ показал, что, изменение форм и методов ведения хозяйственных отношений стало причиной резкого уменьшения объема собственных оборотных средств хозяйствующих субъектов в сфере услуг. Данный процесс привел к получению отрицательных результатов, в том числе уменьшению объема налоговой базы для отчисления в бюджеты разных уровней.

Мы считаем, что целесообразно будет восстановления имеющийся прежний порядок предоставления кредита хозяйствующим субъектам сферы услуг по уровням оборота, а также предоставить им финансовую помощь для восстановления собственных оборотных фондов.

Кредитная политика кредитных организаций показывает, что самой главной проблемой в процессе кредитования хозяйствующих субъектов сферы услуг считается отсутствие или недостаточность ликвидных активов в качестве залогового обеспечения, получаемые заемные средства. На наш взгляд, чтобы решать данную проблему необходимо находить взаимовыгодные формы и виды кредитных отношений, новых объектов и виды залога, превратить предприятия сферы услуг в надежных заемщиков.

На наш взгляд, новыми более эффективными и перспективными методами развития кредитных отношений в сфере услуг могут быть:

- применение современных видов поручительства (поручительство руководства предприятия, акционеров, личные имущества работников предприятия; поручительство ассоциаций бизнесменов и т.д.;
- применение новых современных объектов залога, как торговые марки, товарные знаки, интеллектуальная собственность, арендные и лизинговые платежи;
- использование методов страхования и перестрахования рисков;
- передача прав по договорам кредита третьим лицам и предприятиям.

Страхование кредитных и других рисков, привлечении отечественных и иностранных инвестиций являются основными методами обеспечения эффективного функционирования хозяйствующих субъектов сферы услуг. Мы считаем, что государственное регулирование должен предполагать мероприятий по формированию системы страхования рисков хозяйствующих субъектов сферы услуг. С участием органов государственной власти необходимо решать следующие задачи:

- создать различных агентств по страхованию инвестиционных ресурсов от различных видов риска;

- увеличение количество гарантийных фондов по перестрахованию больших и рискованных инвестиционных проектов, и различных программ в сфере услуг;

- формирование и государственная поддержка страховых и гарантийных компаний, ассоциаций предпринимателей, которые работают в сфере услуг.

На наш взгляд, для повышения эффективности хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов сферы услуг целесообразным является предоставления им финансовые средства средствами с целью их технической модернизации.

Такой опыт очень широко применяется в развитых странах, в том числе владельцам магазинов, кафе, торговых точек и т.п. для расширения торговли получают средства своих постоянных клиентов, а они выплачивают определенную денежную сумму для развития объекта, и в конце финансового года получают ее обратно с процентами.

Анализ показывает, что в современных условиях в Таджикистане большой удельный вес в объеме услуг относится на долю индивидуальных предпринимателей, т.е. физических лица. Деятельность индивидуальных предпринимателей слабо регулируется органами государственной власти, экономическими и административными методами. По причине низкого уровнем налогообложения индивидуальных предпринимателей

соответствующие бюджеты недополучает определенные денежные средства. Исходя из этого, на наш взгляд, необходимо осуществлять конкретные мероприятия по привлечению индивидуальных предпринимателей, в сферу государственного регулирования, учета и контроля.

Многие специалисты отмечают, что в сфере услуг некоторых городов и районов Таджикистана функционируют виды предпринимательской деятельности, на которых местные органы власти не уделяют должное внимание. Многие предприятий и людей заняты рекламой и презентацией новых видов услуг. Административное и налоговое регулирование таких видов деятельности пока не осуществляется.

На наш взгляд, даже самое низкое налоговых платежей таких предприятий и предпринимателей может обеспечить дополнительные налоговые платежи в соответствующие бюджеты. Ясно, что на местах получить от таких налогоплательщиков больших налоговых платежей не удастся. Исходя из этого, доходы от налогообложения некоторых видов деятельности рационально будет, если их закрепить за местными бюджетами Республики Таджикистан.

Наиболее эффективным методом государственного регулирования является комплексное одновременное использование экономических льгот и преимуществ, предоставляемых органами государственной власти хозяйствующим субъектам сферы услуг. В связи с этим представляется перспективным создание зон с особым экономическим режимом, имеющих своей целью развитие сферы услуг на соответствующих регионах Республики Таджикистан.

Другим немаловажным фактором совершенствования системы государственного регулирования и поддержки субъектов малого предпринимательства в сфере услуг является развитие государственно-частного предпринимательского партнерства в сфере услуг Республики Таджикистан.

Как мы знаем основные национальные стратегические цели государства и Правительство Республики Таджикистан являются:

- выход из коммуникационного тупика;
- приобретения энергетической независимости;
- обеспечение продовольственной безопасности страны;
- индустриализации национальной экономики¹⁶³.

Для достижения этих целей необходимо обеспечить более высокие темпы роста промышленного производства, достичь устойчивость финансового сектора, повысить эффективность сельскохозяйственного производства и создать условия для ускоренного темпа роста предоставления инновационных услуг. Реализация предложенного комплекса, в конечном итоге будет способствовать повышению конкурентоспособности национальной экономики страны и улучшению уровня жизни населения.

После распада СССР и приобретения независимости в Республике Таджикистан были проведены экономические реформы, одним из направлений которых было стремительное развитие частного (по сравнению с государственным) сектора, в ходе которого основные функции управления важнейшими объектами жизнеобеспечения стали заметно переходить к частному сектору. В связи с сложившимися обстоятельствами, одним из важных направлений можно считать переход к стратегическому партнерству государства с частным сектором и налаживание такой системы отношений, которая обуславливает оптимальное сочетание здоро

вой конкуренции с принятыми мерами государственного регулирования. Важным элементом такого сотрудничества является организация государственно-частного партнерства (ГЧП).

Конечная цель такого сотрудничества состоит в улучшении социально-экономических условий жизни современного общества. Как показывает опыт развитых стран, эффективное совместное партнерство государства и частного

¹⁶³Послание Президента Республики Таджикистан Э. Рахмона. 26.12. 2018. г. Душанбе

бизнеса считается важнейшим условием устойчивого развития экономики. Такое совместное партнерство можно считать, как одним из перспектив развития нашей страны и эффективности функционирования данного экономического механизма.

В Республики Таджикистан были созданы свободные экономические зоны (СЭЗ) такие как: СЭЗ Сугд; СЭЗ Пяндж; СЭЗ Дангара и СЭЗ Ишкашим.

Исходя из принятого законодательства Республики Таджикистан отечественные и иностранные компании могут вкладывать финансовые ресурсы в установленных зонах с определенными граничными условиями и получать выгоду от сбора налогов. Поэтому в этих хзонах могут более эффективно работать система государственно-частного партнерства. Свободные экономические зоны не обязаны отвечать за госслужбу, а они ответственны за снабжением транспорта и логистической инфраструктурой, которые могут быть обеспечены посредством принятых договоренностей ГЧП. Стоит отметить, что среди этих зон наиболее привлекателен южный часть страны СЭЗ Пяндж, которое соседствует с ИРА, а также транспортно-логистический центр на территории свободные экономические зоны Согдийской области. Инвесторы уже дали положительную оценку проекту СЭЗ Сугд, учитывая статус Согдийского транспорта и эффективности проекта логистического центра и уже подготовлен её бизнес-план.

В настоящее время проблема доступа к питьевой воде очень актуальна, и оно является основной проблемой не только в Таджикистане, но и во всём мире, так как начиная с 2018-2028 года было объявлено международное десятилетие действия «Вода для устойчивого развития» инициатором которого является Таджикистан. Все эти услуги находятся в подчинении государственных органов и местных органов исполнительной власти, но финансовые возможности не позволяют развивать или поддерживать обеспечении водоснабжения и канализации. Поэтому принимая во внимание

высокий интерес международного общества вполне можно эффективно работать ГЧП в этой сфере.

После приобретения независимости система здравоохранения в Таджикистане не в полной мере отвечало современным требованиям и концепции здравоохранения, то есть, была полностью государственной, и экономически неэффективной. У государства были крайне ограниченные финансовые возможности для того, чтобы поддерживать существующую систему. Такое положение привело к снижению эффективности системы здравоохранения, утечке высококвалифицированных медицинских кадров. В конечном итоге, это привело к появлению незаконной системы оплаты за предоставление медицинских услуг.

На данный момент качество медицинской обслуживание и уровень расходов общественного здравоохранения ставит Таджикистана в число беднейших стран мира по вопросам доступа населения к доступным медицинским услугам.

Стоит отметить, что Правительство Таджикистана уделяет огромное внимание к внедрению реформ для привлечения внешних инвесторов, чтобы не только развивать систему здравоохранения в стране, но и достичь уровня качества обслуживания на уровне развитых стран.

Несмотря на то, что различные международные проекты с помощью доноров были реализованы, построены сотни местных клиник, всё равно этого недостаточно, потому что стране требуются более крупные инвестиции для достижения качественного медицинского обслуживания и улучшению системы здравоохранения. Поэтому в этой сфере также необходимо развитие ГЧП в сфере услуг в модернизацию клиник или финансирование новых медицинских учреждений, которое может служить одной из вариантов концепции проекта государственно-частного предпринимательства.

Аналогичная ситуация в настоящее время наблюдается в секторе предоставления образовательных услуг. Система образования у нас в стране

полностью является государственным и качества образования в Таджикистане по сравнению с другими странами остаётся относительно низким. Это несмотря на то что, Правительство Республики Таджикистан, Министерство образования и науки Республики Таджикистан предприняли ряд реформ для улучшения системы образования и строительства современных образовательных учреждений. Только в 2018 году за счёт бюджетных средств была потрачено 112 млн. сомони, построены и сданы в эксплуатацию 25 школ. Сектор образования страны остро нуждается в финансировании, и правительство республики стремится найти альтернативные источники финансирования.

Со времен Советского Союза Республика Таджикистан является аграрной страной. Доля сельского хозяйства в ВВП страны составляет около 30%¹⁶⁴. После приобретения независимости в республике произошел резкий спад производства сельскохозяйственной продукции, но в настоящее время аграрный сектор восстановил свою позицию и теперь набирает обороты. Естественно для увеличения объёма сельхозпродукции требуются большие объёмы водных ресурсов, поэтому сельскохозяйственный сектор Таджикистана в большой степени нуждается в улучшении ирригации. Несмотря на то что, в республике после приобретения независимости были вложены немалые инвестиции на развитие ирригационных сетей, но и сегодня появилась потребность в повышении качества технического обслуживания существующих сетей, которые имеют высокую степень износа. Нестабильность внутреннего рынка и стоимости сельхозпродукции продукции, исходящей от дехканских хозяйств и коллективных сельскохозяйственных хозяйств, обуславливает необходимость обеспечения финансирования для приобретения современной техники. Такая же ситуация касается и сельскохозяйственного оборудования, и складских помещений, нехватка которых ощущается по всей республике.

¹⁶⁴ Статистические данные 2018 года

Хотя все эти услуги включая ирригацию, оборудование, хранение и другие услуги поддержки агробизнеса не относятся по существу к коммунальному обслуживанию, наблюдаемый спад инвестирования стал причиной вмешательства государства, потому что на данный момент повышение эффективности сельского хозяйства и достижения продовольственной безопасности страны является одним из главных национальных приоритетов страны. Можно часть из вышеперечисленных услуг оказать в соответствии со предложенными ГЧП, с учетом рассмотрения и одобрения перспективных проектов, совместно с профильными министерствами.

Для проектов проведение тендерного процесса проводится путём конкурсного отбора которое состоит из 2-х этапов:

- предварительный отбор участников проекта;
- выбор победителя проекта.

На первом этапе комиссия рассматривает предложенное требование к проекту, то есть отвечает ли соответствующим требованиям. На втором этапе участников, прошедших на первом этапе конкурса тендерная комиссия оценивает на достоверность социальным и финансово-экономическим информациям.

Стоит отметить, что законодательном не установлены основные критерии для участия в конкурсе именно поэтому комиссия устанавливает соответствующее правила для проведения тендера и подготовке её документации.

В соответствие по Закону «О государственно-частном партнерстве», государство со своей стороны обязан содействовать или же предоставлять финансовую поддержку в виде предоставления различных льгот или же рассрочки по уплате.

Также государственный партнер может оказать экономическую поддержку, например, для получения лицензии или различного рода разрешений.

Правительство Таджикистана определило стратегию и ясные направления использования механизма ГЧП для развития общественной инфраструктуры и оказания услуг в стране. Это проявилось в том, что были предприняты мероприятия по обеспечению условий, благоприятствующих для функционирования ГЧП, в частности, на основании принятия соответствующего закона о ГЧП. Проведенные исследования предъявляемых требований к существующей инфраструктуре в основных секторах экономики страны показывают, что ГЧП, на современном этапе, является важным фактором и для развития инфраструктуры в стране. При этом, стоит отметить следующие выводы: республика является начальным этапом развития функционирования рынка ГЧП; необходимо реализовать усовершенствованный вариант закона о государственно-частном партнерстве.

В данном контексте можно подчеркнуть, что цель и создание стратегический условий для оказания мелко-масштабной технической помощи укрепления потенциала в деле становления и поддержки потенциала ГЧП в Республике Таджикистан в настоящее время разработаны и проводятся соответствующие мероприятия. Рассматривая этапы развития рынка ГЧП и современные условия Республики Таджикистана, на наш взгляд, можно предложить более эффективное направление помощи, с пролонгацией еще на определенное время, для того, чтобы обеспечить выполнение следующих мероприятий, направленных на следующие цели:

- создание и дальнейшее обеспечение инфраструктуры развития ГЧП в таджикистане, в том числе разработка принятия эффективных управленческих решения и создания руководящих принципов функционирования;
- возрастание значения функционирования ГЧП и поддержки роли его проектов, как в государственном, так и в частном секторах экономики страны;

- разработка и развитие основных механизмов для поддержки ГЧП на институциональном уровне, в частности создание центров ГЧП, как на государственном, так и на региональном уровнях.

Проведение деятельности по развитию потенциала рынка ГЧП в Таджикистане должно основываться на реалистическом подходе к времени начала и осуществления соответствующих реформ и, в частности повышения эффективности принимаемых ГЧП проектов. Дальнейшее развитие функционирования ГЧП, возможно будет связано с разработкой небольшого количества принятых пилотных ГЧП проектов, на стадии активной разработки, что, на наш взгляд, будет значительным шагом по отношению к развитию ГЧП, с учётом недостаточного развития ГЧП на территории Центральной Азии в целом, для условий Таджикистана. В этом случае наиболее важными задачами являются:

- проведение мероприятий по подготовке и распространению перечня наиболее часто задаваемых вопросов по функционированию ГЧП. Практическая деятельность показывает, что в Таджикистане происходит недопонимание основной терминологии ГЧП, что обуславливает необходимость его усвоения, для того, чтобы не допускать путаницы используемых концепций;

- сконцентрировать основное внимание на предварительной установке центра управления ГЧП, чтобы добиться достижения улучшения в создании и функционировании ГЧП. Для чего необходимо предусмотреть ускоренное создание ГЧП центра, на основе разработки соответствующего бизнес-плана, с включением разработки бюджета и укомплектование персонала;

В этом направлении важно проведение мероприятий по изучению возможностей для разработки рекомендации по применению Средств Разработки Проекта (СРП). Важность создания СРП обуславливает тот факт, что правительство не имеет соответствующих ресурсов для создания проектов

и будет вынуждено обращаться к донорам. Это приводит к возможному замедлению процесса развития.

Для преодоления таких затруднений можно предложить план мероприятий, основанный на следующих принципах внедрения, и структура которого состоит из трех частей:

1 . Разработка основной концепции функционирования ГЧП.

1.1. Создание условий для подготовки и распространения информации об основных принципах работы ГЧП;

1.2. Подготовка глоссария ГЧП чтобы обеспечить передачу ключевых понятий и терминов;

1.3. Разработка и поддержка развития правительственного ГЧП веб-сайта;

1.4. Поддержка создания региональных ГЧП центров, в том числе:

- разработка бизнес плана для региональных ГЧП центров, в том числе обязанности штатных работников, разработка планов поэтапного создания органов управления и учреждения¹⁶⁵;

- проведение мероприятий по консультированию назначения основного персонала работников;

- проведение мероприятий по укреплению потенциала и подготовки главного штата управления ГЧП;

- разработка плана фандрайзинга, для получения дальнейшего финансирования для персонала ГЧП центра.

- приобретение офисного оборудования и программного обеспечения.

¹⁶⁵ Горбань, Т.С. Определение стратегических направлений государственно-частного партнерства в Ростовской области в условиях модернизации российской экономики [Текст] / Т.С. Горбань // Инновационный потенциал модернизации экономики: инструменты логистики и маркетинга (IX Южно-Российский логистический форум / Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). – Ростов н/Д, 2012. – 0,5 п.л.

2. Разработать и внедрить методы ГЧП и сопоставлением проекты с потенциалом ГЧП:

2.1. Развитие процедур работы ГЧП:

- Разработка и внедрение технологического процесса функционирования ГЧП в соответствии с основными процедурными требованиями законодательства по ГЧП.

2.2. Показ и идентификация проекта.

- составление справочника «Руководства отбора ГЧП проектов» на примере Таджикистана.

- отбор инвестиционных направлений общественного сектора, включая два министерства и один город.

- выбор, по крайней мере, четырех пилотных проектов в различных секторах и проведение кратких сводок проекта.

- Способствованию дальнейшему сопровождению сделок для пилотных проектов АБР ТА8, МФК или других источников в случае необходимости.

2.3. Разработка и внедрение соответствующего аппарата управления Фондом Разработки Проекта.

3. Выявление объема необходимого технического и ресурсного потенциала, для использования в дальнейшем развитии пилотных проектов ГЧП.

4. Определение имеющихся правительственных ресурсов и поддержка потенциальных дополнительных источников финансирования.

5. Разработка соответствующих механизмов Фонда Разработки Проекта (ФРП) и подготовка бизнес плана.

6. Поддержка принятия решения относительно учреждения соответствующего механизму ФРП.

7. Разработка комплекса мероприятий по оказанию юридической поддержки и укрепление потенциала организации.

7.1. Определение перспективного направления в секторе политического и юридического развития:

- разработка, проектирование и проведение анализа национальной политики в области ГЧП;
- проведение обзора и анализа законодательства в области ГЧП;
- расстановка приоритета используемых законов, уставов и юридических актов и т.д.

7.2. Укрепление потенциала и институциональное укрепление.

- проведение учебных занятий, семинаров с частным сектором по вопросам ГЧП;

В настоящее время Республика Таджикистан находится на переходе к начальному подготовительному этапу развития ГЧП, который проявляется в принятии соответствующего Законодательства, внесения необходимых изменений в имеющуюся нормативно-правовую базу, формирования портфеля пилотных проектов, разработки фундаментальных базовых концепций и истоков формирования рынка проектов ГЧП.

Исходя из этого, необходимыми направлениями дальнейших действий является следующее:

- разработка и создание специализированной структуры, которая должна целенаправленно заниматься развитием ГЧП;
- идентификация и уточнение используемых моделей ГЧП;
- деятельность по стимулированию рынков и вовлечение новых источников финансирования.

Цель данного этапа состоит в формировании комплексной системы, направленной на обеспечение устойчивого взаимодействия государственного и частного партнерства.

На основе вышеизложенного далее необходимо обоснование и разработка приоритетных направлений стратегии развития предпринимательства в сфере услуг в Республике Таджикистан.

5.4. Совершенствование организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг

На современном этапе достигнутые экономические показатели предприятий, в частности, в сфере услуг определяют эффективность полученных в конечном итоге результатов деятельности. Естественно, при этом необходимо использование определенной методики проведения оценки функционирования малых форм предпринимательства.

Важность исследования малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг выбранного региона показывает полученные прогнозные значения основных показателей сферы услуг Республики Таджикистан и его регионов на период до 2030г. (табл. 5.3).

Таблица 5.3.

Прогнозные уровни объема оказанных услуг по республике и его регионам, на период до 2030 гг.

№ пп	Республика Таджикистан и ее регионы	Расчетное уравнение	2025 г.	2027 г.	2030 г.
1.	Республика Таджикистан	$y = 487,88x + 7989,8$ $R^2 = 0,8804$	15308,0	16283,8	17747,4
2.	Согдийская область	$y = 148,66x + 2186,4$ $R^2 = 0,8569$	4716,8	4865,5	5162,8
3.	Хатлонская область	$y = 92,603x + 1149,4$ $R^2 = 0,781$	2538,4	2723,7	3001,5
4.	ГБАО	$y = 5,4558x + 42,833$ $R^2 = 0,9017$	124,70	135,60	151,90
5.	РРП	$y = 13,584x + 897,85$ $R^2 = 0,5365$	2601,6	2828,8	3169,5
6.	г. Душанбе	$y = 368,62x + 2659,1$ $R^2 = 0,8865$	8188,4	8925,6	10031,5

*Источник: расчеты автора

Расчеты показывают, что объем оказанных услуг предпринимательской малых форм деятельности в 2030 г. по отношению к 2020 г. возрастет в 1,34 раза, что подчеркивает опережающие темпы развития отрасли. Приведенные расчетные данные показывают особую важность разработки государственных механизмов управления сферой услуг, то есть принятия соответствующих управленческих решений.

В нынешних условиях хозяйствования существует ряд подходов по разработке методики проведения оценки, которые были исследованы нашими и зарубежными учеными в области сферы услуг. Например, И.Л. Туккель в своих работах дал анализ различных методик оценки эффективности проектов на различных этапах процесса планирования и принятия управленческих решений¹⁶⁶.

По нашему мнению, для эффективного развития малых предприятий в сфере услуг необходимо создание таких базовых условий, которые можно считать основой для разработки проектов как регионального, так и национального масштаба. При этом задачей государства должно быть проведение координационной работы и регулирование стратегических интересов общества, направленных для решения социально-экономических проблем. Важным условием, по нашему мнению, является необходимость создания взаимовыгодных условий между государством и предпринимателями.

Анализ показывает, что многие развитые страны мира придерживаются таких отношений, которые можно считать основным фундаментом развития экономики и решения социальных задач общества. Тесное взаимодействие между государством и предпринимателями приведет к устойчивому развитию страны.

¹⁶⁶Туккель И. Л. Разработка и принятие решения в управлении инновациями / И. Л. Туккель – СПб. : БХВ-Петербург, 2011. – 342 с.

На рис.38. приведена схема взаимодействия государства и предпринимательства.

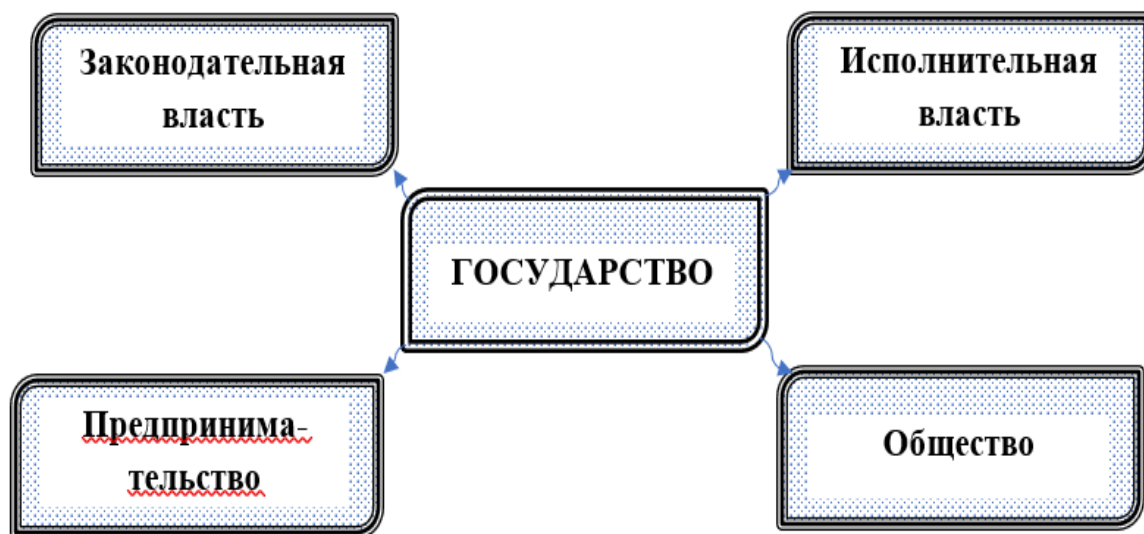


Рисунок 38. Взаимодействия государства и бизнеса

Необходимость взаимодействия между государством и предпринимательской деятельности можно объяснить тем что властям для решения социально-экономических проблем общества нужна поддержка предпринимателей, а те в свою очередь для эффективной работы требующую особого внимания со стороны госструктур¹⁶⁷.

Вопросы, связанные при взаимодействии госструктур и хозяйствующих субъектов - это определение степени ответственности сторон в решение социальных задач. Нигде в практике не существует определенного конкретизированного подхода для решения этой проблемы. В данном случае можно привести различие между подходами как европейцев, так и американцев и, на основании анализа этих подходов, сделать оптимальный выбор (или дать объективную оценку):

¹⁶⁷Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б. «Курс Экономики»/ Б.А. Райзберг, Е.Б. Стародубцева. Москва ИНФРА – М 2008. 43 с.

Метод европейских исполнительных органов властей и представителей некоммерческих компаний состоит в том, что ответственность за решение социально-экономических проблем в максимальной степени лежит на субъектах предпринимательской деятельности.

Американский подход состоит в том, что предпринимательская деятельность должна максимально повышать прибыль и обеспечить темп роста компаний и защитить интересы акционеров. При этом решение социально-экономических проблем общества возложено на государство, которое должно нести за их ответственность.

Для практического развития социально-экономических отношений между государством и субъектами предпринимательской деятельности важное значение существует несколько моделей их взаимодействия (рис. 39).

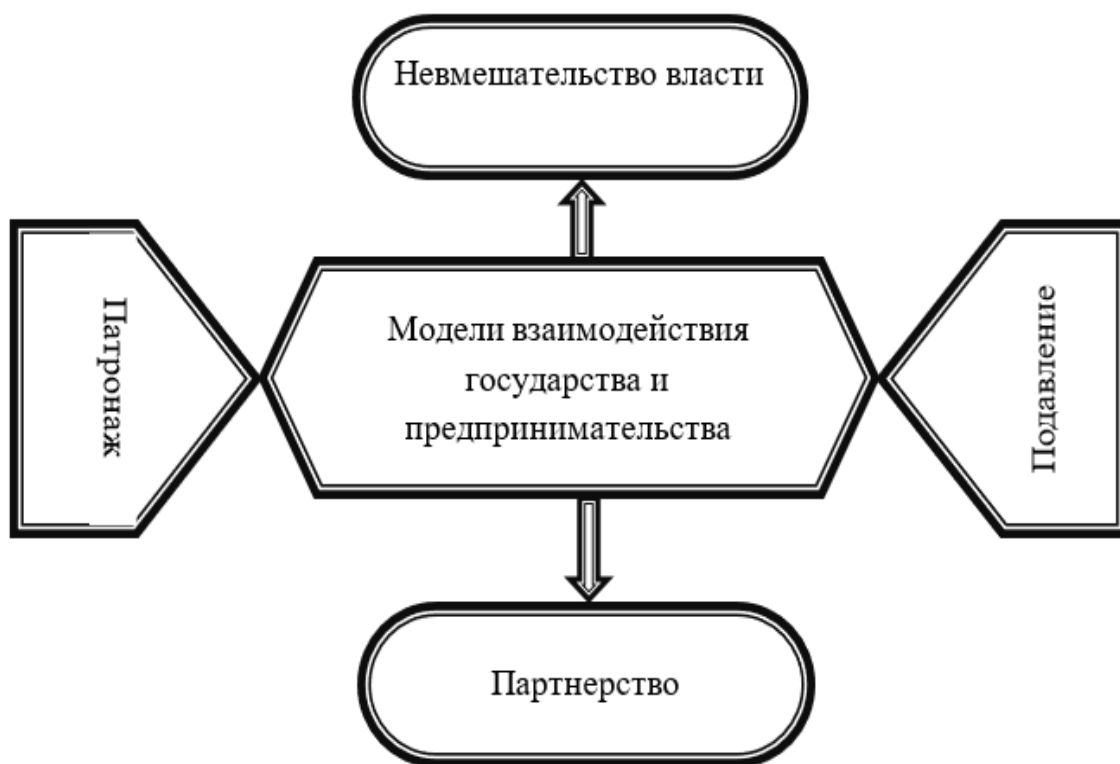


Рисунок 39. Модели взаимодействия государства и предпринимательства

Рассмотрим более подробно модели взаимодействия между государством и субъектами предпринимательской деятельности в частности в сфере услуг, представленными на рис. 39.

Модель «Подавление» предполагает использование давления со стороны исполнительных или законодательных органов власти к предпринимательству. Для этого, государства использует надзирающие органы власти для принуждения субъектов предпринимательской деятельности для реализации поставленных социальных проектов или социальных проблем.

Модель «Патронаж» предусматривает использование метода предоставления компенсации сделанных капиталовложений субъектами предпринимательской деятельности для реализации социальных проектов или программ с помощью возможного доступа к государственным ресурсам. В этом модели предусматривается вероятность торга вокруг необходимых условий для поддержки субъектов предпринимательской деятельности в решения социальных проблем и проектов власти¹⁶⁸.

Модель «Невмешательство» предусматривает пассивную позицию государства по отношению к субъектам предпринимательской деятельности в решения социальных проблем.

Модель «Партнерство» взаимодействие государства и субъектов предпринимательской деятельности проходят при нахождении компромиссных вариантов решения проблем. По нашему мнению, в современных условиях как показывает опыт зарубежных стран, эта модель является более приемлемой, которая действует согласно принципу «выгодно каждому - выгодно всем». В этой модели отношения государства и субъектов предпринимательской деятельности предполагает взаимовыгодный обмен ресурсами. Ресурсы, которые владеют эти два субъекта, могут быть

¹⁶⁸Юнусова М.М. «Социальные проблемы роста национальной экономики»/ М.М Юнусова. Душанбе Ирфон – 2007. С.84

полезными и выгодными обеим сторонам. Однако по сравнению с субъектами предпринимательской деятельности в том числе в сфере услуг государство располагает такими ресурсами как:

- экономические ресурсы;
- политические ресурсы;
- административные ресурсы;
- информационные ресурсы.

В то же время, субъекты предпринимательской деятельности в том числе сферы услуг имеют такие ресурсы как:

- финансовыми ресурсами;
- экспертными ресурсами;
- инновационными ресурсами.

В модели «Партнерство» обмен ресурсами считается основой взаимовыгодных отношений между властями и субъектами бизнеса:

По нашему мнению, для совершенствования управлением развития социальных функций малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг основная программа должна быть нацелена на следующие виды сотрудничества между государством и субъектами предпринимательской деятельности:

Проведения различных конкурсов, в том числе социальные программы (гранты) в регионах и перифериях с привлечением представителей малых предприятий к ее участию;

Стимулирование малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг активно занимающимися социальными программами путем предоставления государственных заказов;

Предоставление льготных условий предпринимателям, занимающихся социальными проектами;

Применение передовых опытов партнерства, современных инновационных технологий и другие для реализации социальных проектов;

Разработать и усовершенствовать совместными усилиями исполнительных органов власти с представителями бизнес-структур и общественности закон для регулирования субъектов предпринимательской деятельности, занимающихся социальной сферой;

Соблюдение принципов партнерства и равная ответственность всем участникам учитывая интересы сторон и взаимовыгодные принятие решений и конструктивные взаимодействия в спорных ситуациях, а также согласованно контролирование деятельности участников.

Резюмируя вышеизложенное, можно делать вывод, что всеми усилиями необходимо создавать должные условия для ПД, в том числе в сфере услуг и таким образом превратив ее в один из основных опор общества и государства (рис. 40).



Рисунок 40. Взаимодействие государства и предпринимательства на основе партнерства

Кроме того, для совершенствования управления малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг можно предложить следующие рекомендации:

- необходимо использовать на предприятиях эффективные системы менеджмента;
- усилить систему контроля над деятельностью работников, в том числе со стороны внешних служб;
- расширить используемую информационную сеть, включая обеспечение инновационными технологиями.

В условиях рынка эффективную деятельность малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг можно определить на основе изучения уровня выполнения обязанностей и надлежащих функций, которые предопределяет его цели и поставленные задачи. Система регулирования малых форм предпринимательской деятельности, в том числе в сфере услуг можно использовать как модель определения направления развитие предпринимательской деятельности в сфере услуг с наивысшей устойчивостью.

Развитие предпринимательского сектора регионов, прежде всего, связано с децентрализации госуправления и передачи значительной части функций управления развитием территории на региональный уровень¹⁶⁹.

Обратив внимания на все обстоятельства, следует заметить, что реализация региональных проектов зависит от интегрированных отраслевых комплексов хозяйствования в регионе. Необходимо рассматривать этот сектор экономики как средство повышения социально-экономического положения региона и в целом по республике.

¹⁶⁹Раджабов Р.К., Саидова М.Х. Развитие предпринимательской деятельности в сфере платных услуг регионов //Р.К Раджабов., М.Х Саидова/ В кн.: Совершенствование стратегического управления корпоративными образованиями и региональная промышленная политика перехода к новой инновационной экономике. //Р.К Раджабов., М.Х Саидова Материалы межд. науч.прак.конф.,10 ноября 2011. - Пермь, 2011г.-с.135 - 138

По нашему мнению, существует ряд причин, которые вызывают необходимость проведения экономических реформ, способствующих развитию экономики региона, например:

- учет региональной специфики при проведении структурной, социальной, финансовой и т.д. политики;
- возможность реализации существующих конкурентных преимуществ перед другими регионами;
- максимальное использование местных ресурсов для региональных рынков.

Как показывает мировой опыт невозможно «чистое» саморегулирование предпринимательской деятельности. Как правило, оно нуждается в государственной защите, поддержке и регулировании экзогенных факторов его существования.

По нашему мнению, для решения вышеназванных проблем необходимо соответствующим образом обеспечить развитие предпринимательской деятельности, для чего провести комплекс мер по совершенствованию основных направлений государственной политики защиты и поддержки субъектов предпринимательской деятельности. Для этого следует провести следующие мероприятия:

Совершенствование нормативно-правовой базы и закрепления их в виде законодательного акта. Для этого надо провести мониторинг существующего законодательства, при этом исключить избыточные функции надзорных органов, контролируемых деятельность малых предприятий, создавать взаимовыгодный механизм воздействия государства на субъекты предпринимательской деятельности, как на республиканском, так и региональном уровне.

Разработать четко сформулированный механизм в финансово-кредитных отношениях, для поддержки малых форм предпринимательской деятельности. По всем регионам республики открыть государственный фонд по поддержке предпринимателей (включая РРП и г. Душанбе). При этом

одной из важнейших задач государства в финансово-кредитных отношениях должно быть привлечение инвестиций и частных кредитов в этот сектор экономики.

По нашему мнению, государство для развития и более широкого распространения малых форм предпринимательской деятельности должно обеспечить облегченный доступ к кредитным ресурсам, в частности, через следующие механизмы:

- создание кредитных кооперативов;
- организация кредитных небанковских институтов;
- общества взаимного кредитования и т.д.;

Многие страны мира для поддержки предпринимательского сектора экономики в финансово-кредитных отношениях предпочитают не прямую, а косвенную поддержку путем предоставления государственных гарантий по выдаваемым кредитам.

Совершенствование используемой налоговой системы для малых форм предпринимательской деятельности. Для чего предусматривается проведение системы мероприятий по улучшению налогового климата с целью стимулирования предпринимательской деятельности.

Совершенствование обеспечения доступа к используемым информационно-коммуникационным ресурсам. Обеспеченность доступа к современным информационным ресурсам существенно увеличивает интеллект общества и дает импульс к развитию предпринимательского сектора. В конечном итоге, облегчает продвижение товаров и услуг и в целом повышает жизнестойкость субъектов предпринимательской деятельности. Для поддержки малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг и повышение интересов граждан целесообразно было бы через СМИ пропагандировать и рекламировать лучшее достижение и вклад малых предприятий для поднятия уровня благосостояния населения.

Обучение и подготовка высококвалифицированных кадров для сферы услуг, что будет иметь положительное влияние на развитие отрасли и также является один из способов государственной поддержки предпринимательства. Ежегодно для обеспечения сферы малого предпринимательства, в стране, исходя из экспертных оценок, необходимо обучать и проводить соответствующую переподготовки кадров. С этой целью необходимо создать устойчивую систему учебно-консультативных комплексов, которая способствовала бы не только подготовки кадров, но и содействовала открытию новых предприятий. Кроме того, по нашему мнению, целесообразно включить в учебные планы средних и общеобразовательных заведениях предмет «Основы предпринимательства», дало возможность росту профессионализма учащихся и создания в них бизнес-навыков.

Благоприятный климат для конкуренции и ужесточения антимонопольной политики, что является базовым механизмов государственной поддержки предпринимательства. Совершенствование антимонопольной политики государства обеспечивает равные условия и устраняет дискриминацию субъектам рыночной экономики.

Одним из основных факторов интенсивного развития малых форм предпринимательской деятельности в нынешних условиях является качество и эффективность инфраструктуры государственной поддержки предпринимательства, посредством которой осуществляется обратная связь между государством и предпринимательской деятельностью. В Республики Таджикистан ощущается необходимость усиления участия государства в создании и развитии инфраструктуры малых предприятий, а также в предоставлении точечной помощи малым формам предпринимательской деятельности и оказание им консультационных, информационных и других видов услуг. Основная стратегия политики госрегулирования и поддержки малых форм предпринимательской деятельности, в том числе и в сфере услуг

должна состоять в создании благоприятных условий для формирования, функционирования и развития малых предприятий.

В целом в условиях Республики Таджикистан важно не только увеличение численности малых форм предпринимательской деятельности, но и всемерное содействие вопросам защиты и поддержки этого важного сектора экономики страны – малого предпринимательства. Проведенный сравнительный анализ развития сферы услуг в Согдийской области и Зеравшанской долины позволяет сделать вывод, что существуют региональные особенности развития этой отрасли, связанные с резкой дифференциацией темпов роста.

Несмотря на то, что в Республики Таджикистан действует ряд государственных законов, имеется постановление Правительства и указы Президента, направленные на защиту и поддержку предпринимательской деятельности, в реальности не наблюдается существенные количественно-качественные изменения в темпах роста малых форм предпринимательской деятельности. Это подтверждает существование большого потенциала и возможностей для развития этой важной, и можно сказать, определяющей отрасли экономики страны.

Несомненным вкладом в развитие предпринимательства является организация бизнес-инкубаторов. Для этого, в соответствии с установленным законодательством Республики Таджикистан. Правительством Республики Таджикистан создаются центры государственной поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторы, технологические парки, свободные экономические зоны и другие формы инфраструктуры предпринимательства, основное назначение которых состоит из следующих задач:

Для начинающих субъектов предпринимательского сектора - создание условий по предоставлению профессиональных услуг в процессе их функционирования. Услуги могут быть оказаны в области информационной,

консалтинговой, обучающей и правовой поддержки, а также развития взаимовыгодного сотрудничества между субъектами малого и среднего предпринимательства.

Осуществление государственной финансовой поддержки предпринимательской деятельности посредством выдачи государственных грантов для организации и реализации социально значимых проектов в отраслях экономики, реализации льготных инвестиционных программ, частичная поддержка субъектов предпринимательства за счет Фонда государственной поддержки.

Одним из таких государственных мероприятий, направленных на поддержку этого важного сектора экономики страны – малого предпринимательства, можно назвать Государственную программу содействия занятости населения Республики Таджикистан от 03.01.2014 г., под № 19. Вопросы которые рассмотрены в данном документе относительно поддержки МП связаны с разработкой комплексных мероприятий по созданию рабочих мест, совершенствованию рынка труда, проведения мероприятий по адаптации трудовых ресурсов к изменяющимся условиям функционирования рынка труда.

Как показывает структура представленной Программы, одним из основных источников создания рабочих мест являются предприятия и организации частного сектора. Если, в общем, по стране предполагается создать 280,7 тысяч новых рабочих мест, то в частном секторе – 176,4 тысяч мест. Это свидетельствует о большом потенциале предпринимательства, как в области пополнения ВВП страны, так и в решении социальных вопросов, таких как снижение безработицы.

Направления развития и стимулирования МФПД на наш взгляд можно рассматривать следующие:

а) предоставление льготного кредитования для МФПД. Такой шаг предоставит возможность МП понизить финансовую нагрузку на погашение

долгов, а также простимулирует динамику роста производственных мощностей;

б) усилить работу по повышению уровня кадрового потенциала в сфере бизнеса для развития и понимания введения бизнеса разных слоев населения (МП и индивидуального предпринимательства) по средствам внедрения Профессионально-техническое образование (на примере европейских стран для школьников выпускных классов);

в) кооперация производственной деятельности крупного и малого бизнеса и проведения совместных выставок производимой продукции (ярмарки);

г) рассмотреть вопросы по упрощению, связанные с основными средствами (земля, здание и т.д.) при оформлении форм собственности или предоставлении аренды для МФПД;

д) создание параметров оценки функционирования госслужб по вопросам поддержки бизнес-активности и ее внедрения;

е) Меры по поддержанию деловой активности и снижения уровня всевозможных рисков, связанных ПД по средствам использования новых технологий и механизмов ГЧП;

ж) реализовать на практике механизмы по предоставлению акций предприятий с государственной формой собственностью работникам, которые имеют более пяти лет трудового стажа в этих предприятиях. Такой подход может предоставить возможность внедрения инноваций и мотивации со стороны лица который непосредственно владеют полной информацией деятельности хозяйствующего субъекта.

Выводы по пятой главе

В пятой главе обоснованы приоритеты стратегического развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг, разработана модель организации бизнес-инкубаторов как фактора развития малого предпринимательства в сфере услуг и предложены основные направления совершенствования организационно-экономического механизма управления развитием малого предпринимательства в сфере услуг.

В диссертации отмечено, что в стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг должны быть интегрированы цели, задачи и деятельность всех участников его развития, таких как местных органов государственной власти, предпринимателей, населения, экспертных сообществ, негосударственных организаций. Также следует учитывать не только принципы информационной открытости и прозрачности, но и равноправия и стратегического партнерства при планировании стратегического развития. При этом часть ответственности должна ложиться на предпринимателей, которые должны участвовать в систематической оценке реализации этапов стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности.

По мнению автора, следует разработать стратегию развития малого предпринимательства в сфере услуг различных территориальных образований, таких как городов и районов. Предложены этапы формирования стратегии развития малых форм предпринимательской деятельности малого предпринимательства в сфере услуг.

В диссертации в качестве одним из приоритетных направлений стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг рассмотрено государственная поддержка хозяйствующих субъектов. Автором в работе также обоснована идея о развитии системы бизнес-инкубаторов как важнейшей площадки для реализации возможностей субъектов малого

предпринимательства в сфере услуг, а также предоставления помощи различного характера, начиная от организационной до инновационно-технологической. Предложены необходимые элементы успешного развития бизнес-инкубаторов.

В заключительной части исследования автором осуществлен прогноз основных показателей развития сферы услуг республики с использованием ранее предложенной экономико-математической модели. Расчеты показывают, что объем оказанных услуг в 2030 г. по отношению к 2020 г. возрастет в 1,34 раза, что подчеркивает опережающие темпы развития отрасли.

По мнению автора, приведенные расчетные данные в табл. 8 показали особую актуальность совершенствования механизмов управления сферой услуг. Для эффективного развития малых предприятий в сфере услуг рекомендуется формирование таких базовых условий, которые можно считать основой для разработки проектов как регионального, так и национального масштаба. При этом задачей государства должно быть проведение координационной работы и регулирование стратегических интересов общества, направленных для решения социально-экономических проблем. Важным условием является необходимость создания взаимовыгодных условий между государством и предпринимателями.

В работе обосновано, что для в современных условиях важным направлением развития малого предпринимательства в сфере услуг является совершенствование механизма управления развитием социальных функций малого предпринимательства, которая должна быть нацелена на сотрудничество между государством и субъектами предпринимательской деятельности. В этих целях автором предложены различные механизмы такого взаимодействия: проведение различных конкурсов, в том числе социальных программ в регионах с привлечением представителей малых предприятий к их участию; стимулирование субъектов малого предпринимательства в сфере

услуг, активно занимающимися социальными программами путем передачи им государственных заказов; предоставление льготных условий предпринимателям, занимающихся социальными проектами; применение передовых опытов партнерства, современных инновационных технологий для реализации социальных проектов; соблюдение принципов партнерства и равная ответственность всем участникам учитывая интересы сторон и взаимовыгодные принятие решений и конструктивные взаимодействия в спорных ситуациях, а также согласованно контролирование деятельности участников и др.

В рекомендательной части диссертации также обоснованы комплекс мер по совершенствованию основных направлений развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг. Приоритетными направлениями считаются совершенствование нормативно-правовой базы посредством проведения мониторинга существующего законодательства, исключение избыточных функций надзорных органов, создание взаимовыгодного механизма воздействия государства на субъекты предпринимательской деятельности, как на республиканском, так и региональном уровне. Также необходимо разработать механизм финансово-кредитной поддержки малых форм предпринимательской деятельности через создания кредитных кооперативов, организации кредитных небанковских институтов, обществ взаимного кредитования и т.д.

В диссертации также обоснованы основные направления государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг. По мнению автора, наиболее эффективным методом государственного регулирования является комплексное одновременное использование экономических льгот и преимуществ, предоставляемых органами государственной власти хозяйствующим субъектам сферы услуг. В связи с этим представляется перспективным создание зон с особым

экономическим режимом, имеющих своей целью развитие сферы услуг на соответствующих регионах Республики Таджикистан.

Важнейшими направлениями совершенствования организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг также считаются совершенствование налоговой системы, обеспечение доступа к используемым информационно-коммуникационным ресурсам, развитие системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы услуг, создание благоприятного климата для развития конкуренции и ужесточения антимонопольной политики, развитие инфраструктуры малого предпринимательства в сфере услуг, кооперация деятельности субъектов крупного бизнеса и малого предпринимательства и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

А) Основные научные результаты диссертации

1. В диссертации исследованы научно-теоретические основы понятия услуги, а также роль и социально-экономическое значение развития малого предпринимательства в сфере услуг. Отмечено, что в современных условиях развитие предпринимательства в сфере услуг становится важнейшим элементом национальной экономики и фактором ее устойчивого развития. По мнению автора, сфера услуг определяется совокупностью предприятий и иных субъектов предпринимательской деятельности, труд работников которых непосредственно нацелен на создание особого вида товара, потребляемого непосредственно в процессе его производства и удовлетворяющие потребности путем оказания им разнообразных услуг соответствующего ассортимента, качества и цены [1-А; 3-А; 10-А; 16-А; 20-А].

2. В работе сформулирована идея, что роль и место малого предпринимательства в условиях рыночной экономики должны определяться не только с позиций получения максимума прибыли, но и с точки зрения его вклада в решение социальных задач общества: повышение занятости, распространение минимума профессиональных и предпринимательских навыков, относительное выравнивание уровня денежных доходов населения и формирование среднего класса в обществе, пополнение рынка новыми товарами и услугами, существенное участие в формировании бюджетов всех уровней [2-А; 14-А; 23-А; 24-А; 25-А].

3. Формирование малого предпринимательства создает условия для цивилизованного развития свободы действий граждан и юридических лиц, активизирует их новаторскую и ответственную деятельность, эффективное использование экономических ресурсов, получения прибыли при многообразии форм собственности и развития рыночной конкуренции. Наряду с положительными сторонами развития малого предпринимательства, в

работе выявлены негативные стороны его становления и развития: зависимость от быстро меняющейся конъюнктуры рынка, возможных трансформации внешних и внутренних социальных, экономических и политических реалий; объем капитальных вложений и т.д. [1-А; 2-А; 14-А].

4. В диссертации определены особенности и проблемы малого предпринимательства в сфере услуг: проявление экономической независимости, инициативности, свободы действий, использования специфических форм материального поощрения работников, что предопределяет высокую эффективность использования имеющихся ресурсов, принятия и реализации оптимальных управленческих решений; способность быстрой адаптации к изменению внешних условий и обстоятельств рыночной конъюнктуры, на основе учета сложившихся потребностей потребителей; ориентация на производство товаров и услуг сравнительно небольшого потребительского спроса или требующих малого времени, чтобы довести услуги до потребителя; возможность для расширения производства и выгодно реализовать свое дело, для перехода на другие перспективные направления. Вместе с тем, к основным проблемам и факторам, отрицательно влияющих на развитие предпринимательства в сфере услуг следует отнести высокую арендную плату за предоставляемое помещение; высокие ставки по кредитованию; отсутствие льготного налогообложения; высокие цены на услуги транспорта, электроэнергии, водоснабжения и прочих коммунальных услуг [1-А; 16-А; 18-А; 21-А].

5. В методологическом разделе диссертации автор акцентирует внимание на решение задач по нахождению и изучению закономерностей развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг, а также информационного обеспечения его управления для разработки и внедрения инновационных видов; исследованию процесса комплексного развития малого предпринимательства в сфере услуг в стратегической перспективе, учитывая влияние внутренних и внешних факторов. Сделан вывод о том, что функционирование и развитие малого предпринимательства в сфере услуг

требует всестороннего учета особенностей их становления, выбора критерий для рационального размещения предприятий, оптимизации взаимоотношений между различными формами малого предпринимательства и государства, влияния предпринимательства на развитии территориальных образований, определении валового внутреннего продукта, решения социальных задач и др. [1-А; 4-А; 10-А; 23-А].

6. В работе уточнены инструменты стратегического анализа в предприятиях сферы услуг, которые способствуют разработке стратегии их развития на перспективу, которые позволяют оценить взаимодействие субъектов малого предпринимательства со внешней бизнес-средой и ее факторами, позитивно или негативно влияющих на развитие. Эффективный стратегический анализ дает предприятию информацию об ее деятельности, оценивает влияние на положение предприятия, а также определяет угрозу или продвижение в перспективе. Основным разделом перспективного экономического анализа является проблемный подход, где его главная категория показывает необходимое и желаемое состояние изучаемого объекта. Для этого необходимы меры по достижению желаемого состояния или цели функционирования субъектов малого предпринимательства [1-А; 10-А; 23-А].

7. В диссертации дано определение организационно-экономический механизму развития малого предпринимательства части системы управления, воздействующая на факторы, влияющих на эффективность деятельности управляемого объекта. Для субъектов малого предпринимательства в сфере услуг характерно стремление к изменению состояния внешней среды в свою пользу, к приведению внутренних и внешних факторов в состояние взаимного соответствия, к согласованию интересов. Главный элемент механизма управления, это их субъекты, от них зависит результативность функционирования системы и ее элементов. Отмечено, что государство и предприниматели, являются главными субъектами организационно-экономического механизма развития предпринимательской деятельности в

сфере услуг, где государство определяет принципы, формы, методы и инструментарию влияния [1-А; 8-А; 9-А; 23-А].

8. В исследовании дано авторское определение организационно-экономического механизма малого предпринимательства в сфере услуг как комплекса отношений между субъектами и объектами, регулирующие прямые и обратные связи, которые возникают между предприятиями в сфере услуг и другими госорганами, а также институциональными структурами для применения методов и средств воздействия на условия хозяйствования предпринимателей в этой сфере, направленные для удовлетворения спроса потребителей. В предложенном автором определении выделены объект, субъект, их формы и этапы для решения задач, где субъекты управления, это государственные органы власти, а объект регулирования - деятельность обслуживающих предприятий [1-А; 8-А; 9-А; 23-А].

9. Предложенный автором организационно-экономический механизм малого предпринимательства малого предпринимательства в сфере услуг подразделяется на два блока: организационный механизм – институциональные формы регулирования, охватывающие нормативно-правовые акты, условия и правила ведения предпринимательства, а также традиции и обряды; экономический механизм – финансовые формы регулирования, имущественные формы поддержки и предоставления инфраструктурных услуг. Организационно-экономический механизм малого предпринимательства в сфере услуг позволит минимизировать риски, препятствовать угрозам, разрешать кризисные ситуации, а также создаст условия для формирования устойчивого функционирования малого предпринимательства в сфере услуг и эффективной деятельности предпринимательских структур [3-А; 9-А; 10-А; 18-А; 23-А].

10. На основе анализа развития малого предпринимательства в сфере услуг установлены тенденции увеличения объема оказанных услуг на основе динамики и структуры малого предпринимательства, распределения платных услуг, оказанных населению по формам собственности за 2010-2020 годы, а

также по формам собственности в отраслевом разрезе Республики Таджикистан за 2010-2020 гг. Полученные результаты дали возможность выявить особенности развития малого предпринимательства в сфере платных услуг в отраслевом разрезе в Таджикистане [11-А; 16-А; 18-А].

11. В диссертации изучены основные факторы, влияющие на развитие малого предпринимательства в сфере услуг, а также их внутренней и внешней среды, осуществлена их классификация, обобщены основные характерные черты малого предпринимательства в сфере услуг. При этом на основании опроса респондентов выделены факторы, формирующие предпринимательскую среду на основе поддержки малого бизнеса, правовой защищенности предпринимателей, безопасности ведения бизнеса, государственной экономической политики, доступности финансирования и кредитования, качества конкурентной среды, доступности ресурсов, влияния крупного бизнеса на малое предпринимательство и т.д. Вместе с тем, к числу основных факторов, препятствующих развитию малого предпринимательства в сфере услуг, автором в работе выявлены: несовершенство нормативно-правовых законов прямого действия, в том числе трудности с регистрацией; финансово-экономические барьеры, в том числе высокие налоговые ставки и проценты за кредиты; низкий уровень существующих социальных гарантий, затруднения с необходимой квалификацией; отсутствие требуемой имущественной и информационной поддержки; низкий уровень существующей инфраструктуры рынка, затруднения с внедрением франчайзинга, проведения необходимых маркетинговых исследований и др. [4-А; 13-А; 21-А].

12. В диссертации также осуществлен социально-демографический анализ отношения населения к предпринимательской деятельности в сфере услуг с целью выявления общего отношения взрослого трудоспособного населения к предпринимательству в сфере услуг, имеющийся экономическо-финансовый потенциал анкетированного и его семьи, потенциала для ведения собственного бизнеса и уровня знаний, профессиональных качеств, навыков и

умений в своей сфере деятельности. Проведенный опрос позволил сделать вывод о положительном отношении населения исследуемых регионов к предпринимательской деятельности в сфере услуг и это является важным фактором стимулирования дальнейшего развития малого бизнеса в сфере услуг [4-А; 7-А; 13-А; 21-А].

Б) Рекомендации по практическому использованию результатов

1. В диссертации предложено, что одним из определяющих факторов, которые способствуют успешной деятельности малого предпринимательства, является прогнозирование спроса. В этой связи, в работе исследуется постановка задачи моделирования объема спроса на разных уровнях иерархии и на этой основе разработана экономико-математическая модель определения спроса на платные услуги населению в Республике Таджикистан и ее территориальных образований с применением многофакторного корреляционного анализа.

2. В работе также систематизированы критерии оптимизации решения задачи размещения малых предприятий в сфере услуг, разработана и предложена экономико-математическая модель рационального размещения субъектов малого предпринимательства в сфере услуг с учетом применения различных ограничений и используемых средств и современных методов планирования, прогнозирования, разработки и использования антикризисного управления, использования технологий адаптивного управления и принятия решений в условиях риска и неопределенности, решения задачи оптимизации размещения объектов сферы услуг, выделяя целевые функции и критерии их совместного согласования с применением геоинформационных систем.

3. Автором рекомендовано, что для проведения экономико-математического моделирования сферы услуг необходимыми условиями являются: избрание условий для должной дислокации предприятия сферы услуг в соответствии с выбранным направлением деятельности; определить

оптимальный метод решения с учетом модели; анализ модели для выявления результата при получении данных дислокации и ее необходимости по существу, исправление принятых решений и формирование предложений по развитию и осуществлению на практике функционирования хозяйственного субъекта.

4. В диссертации обоснованы приоритеты стратегического развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг. Рекомендовано, что в стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг должны быть интегрированы цели, задачи и деятельность всех участников его развития, таких как местных органов государственной власти, предпринимателей, населения, экспертных сообществ, негосударственных организаций. Также следует учитывать не только принципы информационной открытости и прозрачности, но и равноправия и стратегического партнерства при планировании стратегического развития.

5. В диссертации в качестве одним из приоритетных направлений стратегии развития малого предпринимательства в сфере услуг предложена государственная поддержка хозяйствующих субъектов. В связи с этим автором обоснованы механизмы поддержки малого предпринимательства со стороны государственных органов. К ним можно отнести снижения уровня бюрократических процедур регистрации вновь создаваемых хозяйствующих субъектов, применение принципов венчурного финансирования, задействование механизмов государственно-частного партнерства, предоставление налоговых льгот, предоставление на приемлемых условиях помещений в аренду, а также точки сбыта продукции (ярмарки) и т.д.

6. Автором в работе также обоснована идея о развитии системы бизнес-инкубаторов как важнейшей площадки для реализации возможностей субъектов малого предпринимательства в сфере услуг, а также предоставления помощи различного характера, начиная от организационной до инновационно-технологической. В этой связи, осуществлена типологизация современных городских бизнес-инкубаторов, учитывая их ориентацию и специализацию,

выявлены факторы успеха и проблемные места развития инновационной инфраструктуры в городах, необходимых элементов среды для успешного развития бизнес-инкубаторов, расчет основных параметров, необходимые для обеспечения бесперебойной работы инкубатора, а также обоснованы рекомендуемые показатели для оценки эффективности функционирования бизнес-инкубаторов.

7. В работе автором предложено, что в современных условиях важным направлением развития малого предпринимательства в сфере услуг является совершенствование механизма управления развитием социальных функций малого предпринимательства, которая должна быть нацелена на сотрудничество между государством и субъектами предпринимательской деятельности. В этих целях автором предложены различные механизмы такого взаимодействия: проведение различных конкурсов, стимулирование субъектов малого предпринимательства в сфере услуг, активно занимающими социальными программами путем передачи им государственных заказов; предоставление льготных условий предпринимателям, занимающихся социальными проектами; применение передовых опытов партнерства, современных инновационных технологий для реализации социальных проектов и др.

8. Обоснованы практические рекомендации по совершенствованию основных направлений развития субъектов малого предпринимательства в сфере услуг. Приоритетными направлениями считаются совершенствование нормативно-правовой базы посредством проведения мониторинга существующего законодательства, создание взаимовыгодного механизма воздействия государства на субъекты предпринимательской деятельности, как на республиканском, так и региональном уровне. Также предложена необходимость разработки механизма финансово-кредитной поддержки малых форм предпринимательской деятельности через создания кредитных кооперативов, организации кредитных небанковских институтов, обществ взаимного кредитования, совершенствования налоговой системы,

обеспечения доступа к информационно-коммуникационным ресурсам, развития системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы услуг, создания благоприятного климата для развития конкуренции и ужесточения антимонопольной политики, развития инфраструктуры малого предпринимательства в сфере услуг, кооперация деятельности субъектов крупного и малого предпринимательства и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абдуллоева Л.И. Инвестиционные обеспечение развитие производственного предпринимательства: Диссер.- автореф...кан. экон. Наук/08.00.05/- Душанбе, 2021.-166с.
2. Авдошин С.М., Песоцкая Е.Ю. Информационные технологии для управления финансовыми рисками // Бизнес-информатика. 2011. 1(15). С. 42-49.
3. Аганбегян А. О месте экономики России в мире // Вопросы экономики. - 2011. - 5. - С. 43-55.
4. Акаев А.О стратегии интегрированной модернизации экономики России до 2025 года // Вопросы экономики. - 2012. - 4. - С. 97-116.
5. Асаул А.Н., Организация предпринимательской деятельности.- – СПб. : БХВ-Петербург -2007-82-98.
6. Ахматова Г.А. Управление рисками в сфере услуг: монография / Под. ред. проф. Б.Ф.Зайцева. – М.: Палеотип, 2004. – 120 с.
7. Бабаджанов Р.М., Умаров Х. Основные направления поддержки предпринимательской деятельности бедных слоев населения в Таджикистане. // Тез. докл. Респуб. научно-прак. конференции «Социально-экономические проблемы развития национальной экономики: теория и практика», Душанбе, 15-16 мая 1996 г. – Душанбе: «ИПС», 1996. – С. 41-43.
8. Бабкин, А. В. Проблемы стратегического планирования в региональном и муниципальном звене управления Российской Федерации / А. В. Бабкин // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2015. –№ 4 (223). – С. 25-37.
9. Бабкин, А. В., Зубарева М. Анализ направлений противодействия недобросовестным практикам предпринимательства на открытом рынке /А. В. Бабкин, М. Зубарева // Научно-технические ведомости Санкт-

Петербургского государственного политехнического университета.
Экономические науки. 2014. – № 6 (209). – С. 192-199.

10. Байрамукова Е.И. Использование методов имитационного моделирования при оценке рисков и оптимизации процессов управления на промышленных предприятиях / Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2008. С. 315-320;
11. Баркалов С.А., Баскаков А.С., Котенко А.М. Многоэтапный конкурс формирования инновационных программ регионального развития// Известия ТулГУ, вып. 9. - Тула, 2003. - С.184-193.
12. Басарева В.Г. Институциональные особенности возникновения малого бизнеса в регионах России. – М.: EERC, 2002. 61 с
13. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. - М. : Academia, 2004.-56с.
14. Белоусов Р.А., Гапоненко А.А., Дульшиков Ю.С., Панкрухин А.П. Общий и специальный менеджмент. Учебник, РАГС, М - 2000.-124-145с.
15. Бердиев Р.Б., Рахмонов У.А. Приватизация как важнейшая часть экономической реформы (теоретические аспекты) // Известия Академии Наук Республики Таджикистан: Отделение общественных наук. - 4. – 2005. – С. 20-32.
16. Берестова Л.И. Рынок услуг и особенности его развития в социальной сфере// Вестник РГТЭУ.2010. 5. С. 104-114.
17. Бичурина Виктория Алексеевна. Управление развитием института технологического предпринимательства. Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Санкт-Петербург, 2021.-189с.
18. Бобоев О., Оймахмадов М. Экономические основы предпринимательства (на тадж. яз.) – Душанбе, 1997. – 416 с.
19. Богатин А., Швандар В.А. Оценки эффективности бизнеса и инвестиций // Учебное пособие для вузов. – Москва: Финансы, «ЮНИТИ-ДАНА», 1999. – 235 с.

20. Богданова Индира Мусафендиевна. Государственное регулирование и инфраструктурное обеспечение региональной системы молодежного предпринимательства в сфере туризма. диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Санкт-Петербург, 2021.-154с.
21. Бодрунов С.Д. Модернизация российской экономики на современном этапе // Экономическое возрождение России. - 2012. - 3. - С. 6-9.
22. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2008. 328 с.
23. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы теории и практики // Мировая экономика и международные отношения. - 2011. - 9. - С.41-50.
24. Винокурова А.И. Методические подходы к формированию стратегического планирования в социально-экономических системах. Препринт.- СПб: СПбГУЭФ, 1999.
25. Волков И. Анализ проектных рисков / И. Волков, М. Грачева. URL: <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest>
26. Воложанина О.А. Развитие социально-экономических систем: теория и методология: автореф. дис... докт. экон. наук / О.А. Воложанина. СПб. 2008. — 42 с.
27. Восколович Н.А. Экономика платных услуг: учеб. пособие для студентов вузов / Н.А. Восколович. М.: Юнити-Дана, 2007. — 399 с.
28. Вяткин В.Н., Гамза В.А. Управление рисками фирмы: программа интегративного риск-менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2006. С. 400.
29. Гаврильчак И.Н. Туризм как определяющий фактор модернизации экономики и стабилизации социальной обстановки в обществе: Дис. ... д-ра. экон. наук. СПб, 2002.
30. Газизуллин Ф.Г., Газизуллин Н.Ф., Газизуллин Т.Н. Инновационное мышление - непреложное условие модернизации современной экономики России // Проблемы современной экономики. - 2012. - 3 (43). - С. 25-26.

31. Галетова Н.Л. Организация маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг (на примере второго высшего экономического образования:* Дис. ... канд. экон. наук. М., 2000.
32. Герасимов Б.И., Гурова Л.Г. Экономический анализ рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона: Монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004.
33. Герчикова И.Н. Менеджмент. Учебник: М.: ЮНИТИ. – 2003. С. 104.
34. Глазьев С.Ю., Ивантер В.В., Макаров В.Л. и др. О стратегии развития экономики России // Экономическая наука современной России, 2011. - 3 (54). - С. 1-7.
35. Горбань,Т.С. Определение стратегических направлений государственно-частного партнерства в Ростовской области в условиях модернизации российской экономики [Текст]/ Т.С. Горбань // Инновационный потенциал модернизации экономики: инструменты логистики и маркетинга (IX Южно-Российский логистический форум / Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). – Ростов н/Д, 2012. – 0,5 п.л.
36. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учеб. пособие. - М.: Дело и Сервис, 1999. - 112 с.
37. Грачева М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта. под ред. М.В. Грачевой. М.: Юнити-Дана, 2009. С. 544.
38. Грехова Л.Ю. Формирование и основные направления развития рынка бытовых услуг в регионе (на примере Самарской области) : Дис. ... канд. экон. наук. М., 1995.
39. Гулов Ш.Х. Основы и факторы развития предпринимательства в Таджикистане (экономико-философские аспекты). – Душанбе: «Ирфон», 2006. – 60 с.
40. Гулов Ш.Х. Традиционная идея развития экономики и предпринимательства // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Серия: Экономика. - 1-2(21-22). – 2006. – С. 90-95.

41. Давиденко, Л. Г. Сравнительный анализ параметров сферы услуг и темпов постиндустриализации современных экономик [Текст] / Л. Г. Давиденко // Национальная инновационная система и государственная инновационная политика в странах СНГ : мат-лы междунар. форума. Ч. 1. – Ростов н/Д : НОУ ВПО «Ростовский институт защиты предпринимателя», 2010. – 35,5/1,29 п.л.
42. Давиденко, Л. Г. Трансформация направлений и механизмов государственной поддержки сферы услуг в свете хозяйственной модернизации российской экономики [Текст] / Л. Г. Давиденко // Вопросы экономики и права : сб. ст. аспирантов и соискателей уч. степ. канд. наук. Вып. 7 ; Рост. гос. экон. ун-т «РИНХ». – Ростов н/Д, 2009. – 16,7/
43. Давлатзод У., Забиров Н.Х., Кабиров Ш.О. Принципы государственного регулирования предпринимательства в переходной экономике Таджикистана // Материалы научно-практической конференции «Человек и вода: история развития, настоящее и будущее». – Душанбе, 2003. – С. 126-135.
44. Дадоматов Д.Н. Ташаккул ва рушди фаъолияти соҳибқориҳои саноатӣ: назария, методология ва амалия (дар асоси маводҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон). диссер...док. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2020.-270с.
45. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. С. 1342.
46. Дегтярев А., Маликов Р., Гришин К. Инвестиционный потенциал муниципальных образований: неформальное взаимодействие власти и бизнеса // Общество и экономика. - 2011. - 2. - С. 141-155.
47. Деловая среда в Таджикистане глазами представителей малого и среднего бизнеса. 2003. Отчет проекта МФК по исследованию сектора МСБ в Таджикистане. Душанбе, 2004.
48. Демидова Л.С. Сфера услуг в России: трудный путь модернизации // Мировая экономика и международные отношения. 2008. 2. 156 с.

49. Джамshedов М., Хабибов С.Х., Факеров Х.Н. Потребительский рынок Таджикистана. Душанбе, «Ирфон», 2003.
50. Джуразода З.А. Развитие системы оказания государственных услуг для предпринимательской деятельности (на примере Республики Таджикистан) Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2019.-175с.
51. Досиев М.Н. Особенности формирования и развития экологического предпринимательства: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2019.-168с.
52. Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи оптимальные решения. Пер. с англ. – Москва: «ФАИР-ПРЕСС», 1998. – 285 с.
53. Дустбоев Ш. Основные направления экономической политики Республики Таджикистан на переходном этапе рыночных отношений. / «Экономика Таджикистана: стратегия развития». - 3. – 2001. – С. 19-57.
54. Дустбоев Ш., Мирзоев Т, Умаров Х. Бедность и пути ее снижения. – Душанбе, 2000. – 66 с.
55. Евсеева И.Н., Широнин В.М. Изучение ситуации в секторе малого и среднего бизнеса. М.: Институт социально-экономического анализа и развития предпринимательства. 2011. С. 154.
56. Елисеv А.С. Современная экономика: Учебное пособие. -2-е изд. -М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2006. -504с.
57. Забиров Н.Х. Безопасность предпринимательской деятельности в России и пути ее обеспечения. - М.: Радуга, 2003. - с.59-60.
58. Забиров Н.Х. Проблемы налоговой финансово-кредитной системы предпринимательства в переходной экономике Таджикистана // «Экономика и финансы». – Москва, 2. – 2004. – С. 50-54.
59. Забиров Н.Х. Проблемы развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан // «Бизнес и политика», 17, 2001. – С. 2-3.
60. Закон Республики Таджикистан «О государственно-частном партнерстве» от 28 декабря 2012 года 907.

61. Закон Республики Таджикистан «О государственных финансах Республики Таджикистан» (АМОПТ 2002г., 11, ст.714; 2007г., 7, ст.670; 2008г., 6, ст. 453)
62. Закон Республики Таджикистан «О защите и государственной поддержке предпринимательства в Республике Таджикистан», (АМОПТ 2014г, 7 ч.2, ст.293; 2005г., 7, ст.400;2007г., 5, ст.364; 2008г., 12, ч.2, ст.997; 2010г., 12, ст.817)
63. Закон Республики Таджикистан «О финансовом управлении и внутреннем контроле в государственном секторе» (Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан 2010., 7, ст.558)
64. Закон Республики Таджикистан «Об иностранных инвестициях» : офиц.текст. -Душанбе, 2000.-52с.
65. Законодательство в сфере экономики Республики Таджикистан. – Душанбе: «Контракт», 1999. – 98 с.
66. Залывский Н.П. Социально ответственный бизнес: диагностика практики становления и тенденций его развития на севере Российской Федерации. Сборник «Социальная ответственность бизнеса». Архангельск, Поморский университет, 2005, с. 22-30.
67. Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике. - М.: ДИС, 1997. - 367 с.
68. Зеленский К.Х., Игнатенко В.Н., Коц А.П. Компьютерные методы прикладной математики. - К.: Дизайн-В, 1999. - 352 с.
69. Зинкевич В., Черкашенко В. Карта рисков – эффективный инструмент управления. URL: www.franklin-grant.ru
70. Ибрагимов Р. Г. Экономический анализ управленческих решений: согласованность финансовой модели оценки // Российский журнал менеджмента. 2007. 3. С. 53–84.
71. Иванов А.А., Олейников С.Я. Риск-менеджмент. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – С. 193.

72. Иванова Н.Д. Развитие методов государственного регулирования отраслей социального комплекса в регионе (на примере Москвы): Дис. ... канд. экон. наук. М., 1999.
73. Иванов Н.И. Управление качеством в сфере услуг (инфраструктурный подход): Дис. д-ра экон. наук. СПб., 2002.
74. Имомербекров Ф.М. Механизм формирования производственного предпринимательства в условиях открытости экономики: на примере РТ: Диссер...канд. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2018.-175с.
75. Имомов М.К. Совершенствование экономического механизма развития государственного сектора сферы услуг в условиях рыночной экономики (на материалах Республики Таджикистан) диссер...канд. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2021.-176с.
76. Интернет-сайт studall.org-98582
77. Исингарин Н. Проблемы интеграции в СНГ. – Алма-Аты: «Атамурра», 1998. – 78 с.
78. Исланов Э.И. Развитие системы управления экономикой на местном уровне (на примере Республики Башкортостан) Дис. ... канд. экон. наук. М., 2003.
79. Исмагилов Р.Х., Гирипова Г.Ф. Алгоритм оценки рисков инвестиционных и инновационных проектов. URL: <http://www.econ.asu.ru>
80. Исмаилов Ш. Правовое регулирование предпринимательской и налоговой деятельности в Республике Таджикистан. – Душанбе: «Конуният», 1998. – 187 с.
81. Каменнова А. Моделирование бизнеса. Методология ARIS: практическое руководство [Текст] / А. Каменнова, А. Громов, М. Ферапонтов, А.Шмалюк. - М., Весть-Метатехнология, 2000. – 327 с.
82. Каранина Е.В. Оптимизация процесса систематизации и оценки рисков предприятия в кризисных условиях // Вестник Пермского университета. Выпуск 4(7): Раздел 4. Оценка рисков. 2010.

83. Каримов И.И. Исмоилович. Региональные особенности развития и размещения фирм малого и среднего бизнеса: на примере Согдийской области РТ: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Худжанд, 2019.-192с.
84. Каримова Т.Х. Организационно-экономический механизм антикризисного управления предприятиями сферы услуг в условиях рыночной экономики: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2018.-182с.
85. Карпичев В.С., Организация и самоорганизация социальных систем.Словарь, Издательство РАГС, М - 2005.
86. Катаев А.Х., Ветров В.И. Инфраструктурные проблемы повышения качества и конкурентоспособности продукции/ А.Х.Катаев, В.И.Ветров. Душанбе: Ирфон, 2001 С.-350.
87. Каюмов Н. Меры стимулирования экономического роста. // «Экономика Таджикистана: стратегия развития». - 1., 2000. – С. 47-60.
88. Ким Чун Нам. Стратегическое управление и планирование деятельности организаций сферы услуг: Дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
89. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход. М.: Изд - во МСХА, 2004. - 99 с.
90. Кобелев Н. Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем. - М.: Дело, 2003. - 336 с.
91. Кобилев А.Г., Лачин, Ю.В. Оценка риска при планировании инвестиций на предприятии // Экономический Вестник Ростовского государственного университета. 2008. 1. С. 168-170.
92. Кодирова Мадина Диловаровна. Механизм управления развитием малых форм предпринимательской деятельности в сфере здравоохранения в условиях рыночной экономики: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2019.-159с.
93. Колосова Т. В. Обеспечение устойчивого развития предприятия на основе повышения его инновационного потенциала: диссертация ... доктора экономических наук. - Нижний Новгород, 2011. - 288с.

94. Комилов С.Д., Каюмов Н.К., Нурмахмадов М. Стратегия движения к рыночной экономике/ С.Д.Комилов, Н.К.Каюмов, М.Нурмахмадов. - Душанбе, 1998.-148 с.
95. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А. И. Алексеева, Ю. В. Васильев, А. В. Малеева, Л. И. Ушвицкий. М.: КНОРУС, 2007. - С. 566-567.
96. Костин И.М., Фасхиев Х.А. Измерение конкурентоспособности предприятий // Менеджмент организации XXI века: Тезисы докл. Междунар науч.-практ. конф. — Наб. Челны: КамПИ, 2001. — С. 115–117.
97. Котин Л., Файнберг И. Производить то, что продается, а не продавать то, что производится // Наука и жизнь. 1987. 4. - С. 21-25.
98. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер Ком, 1999. - 896 с.
99. Кошечкин С.А. Методы количественного анализа риска инвестиционного
100. Кривко С.Р. Теоретические основания государственного регулирования развития сферы услуг в регионах РФ // Теория и практика общественного развития. 2012. 10. - С. 242-247.
101. Кузнецов В.В. Принятие ответственных решений в условиях риска и неопределенности. -Саратов: СГТУ, 1997.
102. Кузнецов Ю.В., Капустина Н.В. Методологические аспекты исследования системы управления рисками // Проблемы совр. экономики. - 2008. - 3. -С. 324-327.
103. Кузьмин М.С. Показатели социально-экономического развития и их влияние на сферу обслуживания в условиях кризиса//Экономика: современное состояние и перспективы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов. Казань: Изд-во МОиН РТ, 2010.
104. Кульмухаметов Р.Э. Управление развитием услуг связи в регионе (на примере Республики Башкортостан) Дис. ... канд. экон. наук, М.:2003.

105. Курдюков С.И. Оценка состояния и основные проблемы развития сферы услуг России // УЭКС. 2014. 2 (62). - С.2
106. Кушлин В.И., ред.. Государственное регулирование рыночной экономики. Учебник. М: Изд-во РАГС. 2006.
107. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. М.; СПб.; Киев: ИД «Вильямс», 2005. — 1008 с.
108. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. / Пер. с франц. - СПб: Наука, 1996.
109. Лимитовский М. А., Минасян В. Б. Анализ рисков инвестиционного проекта // Управление финансовыми рисками. 2011. 2. С. 132-150.
110. Лозик, Н.Ф. Стратегический менеджмент / Н.Ф. Лозик, М.Н. Кузина, Д.В. Царегородцев; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А.А. Семеновой. - М.: Издательство «Русайнс», 2015. - 152 с.
111. Лолаев Зоирджон Холович . Развития малого и среднего предпринимательства в промышленности как основа индустриализации национальной экономики: на материалах РТ: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2019.-177с.
112. Лукасевич И.Я. Имитационное моделирование инвестиционных рисков / Анализ финансовых операций. М.: ЮНИТ, 2001.
113. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом. Монография. М.: Омега-Л, 2007. - 552 с.
114. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. - М.: ИНФРА-М, 2003. 983с.
115. Малашихина Н.Н., Белокрылова О.С., Риск-менеджмент. М.: Феникс, 2004.
116. Малышков В.И. Стратегия развития потребительского рынка в условиях реформирования экономики: Дис. ... д-ра экон. наук. М., 1998
117. Мананпов Р.Г. Закономерности, особенности и проблемы развития инновационной деятельности в сфере услуг региона // Региональная экономика. - 2012. - 32 (263). - С. 2-8.

118. Маннапов Р.Г., Берешева Л.А. Управление человеческими ресурсами в организациях сферы услуг: научные основы формирования и развития. / Под ред. Р.Г. Маннапова. - М.: МАКС Пресс, 2011. - 176 с.
119. Маннапов Р.Г., Маннапов А.Р. Управление системным формированием инновационной экономики в регионе // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2012. - 1. - С. 102-107.
120. Мараимов Бахром Мирзоевич. Инновационное развитие рынка услуг розничной торговли: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2019.- 145с.
121. Маркетинг услуг : персонал, технологии, стратегии: [пер. с англ.] / К. Лавлок. 4-е изд. М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005. - С. 34.
122. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. - М.: Госполитиздат, 1955. Т.2. -С. 413-414.
123. Марр Р., Флиастер А. Словарь // Человек и труд. - 1994, - 1. - С. 127.
124. Мартынов А. Общенациональная стратегия развития России: проблема реализации // Общество и экономика. - 2009. - 3. - С. 5-26.
125. Мартынова Елена Юрьевна. Государственно-частное партнерство как механизм предоставления услуг жизнеобеспечения населения. Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Санкт-Петербург, 2021.-173с.
126. Мау В. Экономика и политика в 2011 году: глобальный кризис и поиск новой модели роста // Вопросы экономики. - 2012. - 2. - С. 4-26.
127. Махошева С.А. Сфера услуг и формирование новой архитектуры развития региональных социально-экономических систем: автореф. дис... докт. экон. наук / С.А. Махошева. Нальчик, 2009. — 51 с.
128. Месарович М., Такахара И. Общая теория систем: математические основы / пер. с англ. Э. Л. Напельбаума; под ред. С. В. Емельянова. М.: Академик-пресс, 1978. - С. 14.
129. Москвина И.А., Моисеева Н.К. Репутация и имидж предприятия как объекта управления в системе маркетинга (теоретические аспекты) // Маркетинг услуг. — 2007. — 2(10). — С. 130–139.

130. Мочалова Я.В. «Механизм повышения социально-экономической эффективности малого предпринимательства в России»// . Серия «Экономические исследования» Выпуск 2 / 2014. стр.27-34.
131. Мочерный С.В., Некрасова В.В. Основы организации предпринимательской деятельности: Учебник для вузов/Под общ. ред. проф. С.В. Мочерного. –М.: "Приор-издат", 2006. -224с.
132. Мукаддасзода Фирдавс Мукаддас. Развитие ГЧП в сфере рыночных услуг: теория, методология, практика: Диссер...док. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2018.-348с.
133. Набиев Умед Лакимович. Обеспечение устойчивого функционирования и развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан. диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Худжанд, 2021.-176с.
134. Назаров Т.Н. Таджикистан: стимулы экономического роста в контексте формирования и развития социально-ориентированных рыночных отношений. «Экономика Таджикистана: Стратегия развития», 2, 2004. С. 34-58
135. Назаров Т.Н. Таджикистан: экономика, политика, международное сотрудничество. – Душанбе: «УИ МИД РТ», 2001. – 245 с.
136. Наумова О.Н. Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Вектор науки ТГУ. 2012. 1. С. 164-166.
137. Новоселов А.С. Теория региональных рынков: Учебник. Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.
138. Новые подходы и методы обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур: Теория организации, самоорганизации и управления: монография / под ред. проф. В.И. Подлесных. М.: ИНФРА-М, 2011. — 304 с.
139. Новый курс Рузвельта. Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. Интернет-версия.
140. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., 1997, С.235

141. Одинцов А.А. Экономическая информационная безопасность предпринимательства: учеб. Пособие для вузов/А.А. Одинцов. –М.: "Академия", 2006. -336 с.
142. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова / Изд. 4-е, доп. - М.: Азбуковник, 1999. - 944 с.
143. Омольченко Е.В. Производственное предпринимательство в России: оценка эффективности. – Москва: «Экономика», 2002. – 186 с.
144. Особенности налогообложения малых предприятий. – Москва: «Программа развития предпринимательства», 1996. – 168 с.
145. Павлов М. Методология управления рисками проектов // Финансовый директор. 2008. Выпуск 8.
146. Павлюк Н.Я. Государственная поддержка малого предпринимательства. Состояние и проблемы развития. (учебное пособие). – Орел: «ОРАГС», 1998. – 194 с.
147. Павлюк Н.Я. Свободное предпринимательство в России: социология становления. – СПб.: «Политехника», 1998. – 183 с.
148. Панасенко Е.В. Управление логистическими затратами. URL: www.logistic-forum.lv
149. Переходный период: тенденции социально-экономического развития Таджикистана. – Душанбе, 2000. – 55 с.
150. Петухова Ж.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в строительстве на основе механизмов государственной поддержки: дисс...д-ра экон. наук:08.00.05/ Жанна Геннадьевна Петухова.-СПб, 2017.-291с.;
151. Петров А.Н. Стратегический менеджмент / Под ред. А.Н. Петрова. - СПб.: Питер, 2008. - 496 с.
152. Пивоварун Т. Рынок: проба сил в восточной Европе // Наука и жизнь. 1990. 8. - С. 11-15.

153. Питерс Т. Уотерман Р. В поисках эффективного управления: опыт лучших компаний. – Москва: «Прогресс», 1986. – 178 с.
154. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании. - М.: Финансы и статистика, 1989. - 174 с.
155. Половинкин П.Д., Савченко В.Е. Проблема определения экономической сущности и содержания предпринимательства. // Вестник Московского университета. Серия: Экономика. - 12. – 1996. – С. 67-103.
156. Попов А.В. Мелкий бизнес в Индонезии. – Институт Востоковедения РАН. – Москва: «Наука», 1991. – 132 с.
157. Портер, М. Конкуренция [Текст] / М. Портер. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. - С. 44.
158. Предпринимательский потенциал Российского общества (Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю. //Ж. Мир России, 2004, 1. с. 116-144.
159. Проблемы укрепления национальной независимости Республики Таджикистан. – Душанбе: «Дониш», 2006. – 255 с.
160. Проскура Д.В. Влияние региональной составляющей на уровень развития различных отраслей сферы услуг // Региональная экономика. (40) УЭКС, 4/2012
161. Проскура Д.В., Проскура Н.В., Мурашова Н.А. Региональный маркетинг в инновационной среде. Н. Новгород НГТУ. 2011. 124 с.
162. Прохорова А.И. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: дис. канд. экон. наук. М., 2011. - 174 с.
163. Раджабов Р.К Региональные услуги сферы платных услуг Душанбе 2014 стр-234
164. Раджабов Р.К., Раджабова Н.Р. Становление и развитие государственно-частного партнерства таможни и бизнеса в Республике Таджикистан//Коллективная монография «Проблемы взаимодействия гражданского общества, государства и бизнеса: опыт России и Германии». -Ростов н/Д.: Изд-во СКАГС, 2012.-с.424-431.

165. Раджабов Р.К., Рахимов Ш.М., Курбонов А.Р., Султонов З.С. Развитие рынка оказания платных услуг населению в Республике Таджикистан. Вестник таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе.: Издательство: Таджикский национальный университет, 2014.
166. Раджабов Р.К., Саидова М.Х. Развитие предпринимательской деятельности в сфере платных услуг регионов // В кн.: Совершенствование стратегического управления корпоративными образованиями и региональная промышленная политика перехода к новой инновационной экономике. Материалы межд. науч.прак.конф.,10 ноября 2011. - Пермь, 2011г.-с.135 - 138.
167. Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития.- Душанбе: Дониш, 2007.-544с.
168. Раджабов Р.К., Хабибуллоев Х.Х., Ашуров К.Р. Формирование системы обеспечения устойчивого развития предпринимательской деятельности в сфере транспортных услуг: проблемы и региональные аспекты Душанбе: Ирфон, 2011. - 204с. 118.
169. Развитие малого бизнеса на основе реорганизации крупных предприятий. Институт стратегического анализа и развития предпринимательства. – Москва: «КОНСЭКО», 1998. – 207 с.
170. Райсберг Б.А. Государственное управление экономическими и социальными процессами. – М.: Инфра-М, 2005. – С. 165.
171. Рахимов Р.К. Теоретические вопросы стратегии развития экономики Таджикистан в переходный период // Р.К. Рахимов. - Ж. «Экономика Таджикистана: Стратегия развития». - Душанбе, 2001. - 2. с.55-75.
172. Рахимов Р.К. Экономическая эффективность производства и экономический рост. «Экономика Таджикистана: Стратегия развития», 4, 2004. С. 41-52.

173. Рахмонов А.А. Иностранные инвестиции в экономике Республики Таджикистан // Экономика Таджикистана: стратегия развития. - 2. - 1999. - С. 69-82.
174. Рахмонов Луюмон Субхонович. Развитие лизингового предпринимательства в условиях рыночной экономики: Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2019.-152с.
175. Рахмонов Э.Ш. Послание Президента Маджлиси Оли Республики Таджикистан. Экономика Таджикистана: стратегия развития. 4.2006. С. 5-33.
176. Рахмонов Э.Ш. Экономическая реформа – веление времени. – Душанбе, 1998. – 87 с.
177. Региональная экономика: учебник для вузов / Т. Г. Морозова, М.П.
178. Региональные аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в России/Под ред. д.э.н., проф. В.А.Гневко.-СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010.- 192с.
179. Ризоев С.Б. Инвестиционное обеспечение развития малого и среднего предпринимательства в Республике Таджикистан// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- Душанбе,-2007.- 17с.
180. Рикардо Д. Начала политической экономики и налогообложения / Аналогия экономической классики. М.: Эконом Ключ, 1993. С. 470.
181. Риккардо Д. Сочинение. В 3-х томах/Д.Рикардо. - М., 1955.-423с.
182. Риски в современном бизнесе / Грабовый П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.И. и др. - М.: Изд-во «Алане», 1994.
183. Роберт Оуэн, с. 1, www.krugosvet.ru
184. Российский рынок транспортно-логистических услуг в 2008*2013 годах // МЭР РФ, РБК.research. URL: <http://marketing.rbc.ru>

185. Руденко Людмила Геннадьевна. Государственное управление инфраструктурной поддержкой малого предпринимательства. Диссер...док. экон. наук/08.00.05/.- Москва, 2020.-397 с.
186. Рустамова И.Т. Управление деловой репутацией в сфере услуг: теория, методология, практика: Дис. ... д-ра экон. наук. Душанбе., 2018
187. Рутгайзер В.М., Корягина Т.И., Арбузова Т.И. и др. Сфера услуг. Новая концепция развития. М.: Экономика, 1990. - 158 с.
188. Рязанов Б. Теории портфельного инвестирования и их применение в условиях российского рынка // Рынок ценных бумаг -2002. - 2.,с.59.
189. Саакян Н. А. Управление нематериальными активами как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности: диссертация кандидата экономических наук. - Ростов-на-Дону, 2010. - 177 с.
190. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. - М.: Радио и связь, 1996.
191. Савицкий К.Л., Перцев А.П., Капитан М.Е. Инструментарий инвестора. - М.: ИНФРА-М, 2000.-236с.
192. Саидова М.Х. Совершенствование механизма государственной поддержки инновационного предпринимательства в сфере услуг Республики Таджикистан// Вестник ТНУ, 2013. - 2/6 (120). - С.145-153.
193. Саидова М.Х. Социально-экономические аспекты иностранных инвестиций в экономику Республики Таджикистан в переходный период// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Душанбе: ООО РИА Статус, 2001.-17с.
194. Самуэльсон П. Экономика. - М.: Фора, 1993. - 740 с.
195. Семенкина Е. Н. Планирование на предприятии в условиях рыночной экономики. - М.: Монограф, 1993.
196. Скобкин С. С. Экономическая стратегия развития предприятий ИГиТ: монография. - М.: Издательство АБЦ, 2011. - 354 с.

197. Слипенчук М.В. Инвестиции - фактор развития экономики России. - М.: Икар, 2001. –169с.
198. Словарь иностранных слов. - М. : Русский язык, 1992.-486с.
199. Словарь современной экономической теории Макмиллана. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 250 с.
200. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов/ Антология экономической классики. В 2-х том. Т.1. - М.: Эконов, 1991.- с.153 - 155.
201. Смит А. Исследования о природе и принципах богатства народов/А.Смит. - М., 1994.-274с.
202. Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности. М.: Наука, 2008.
203. Снаплян О.О. Государственно-частное партнерство как основной механизм активизации инновационной деятельности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2012. - N 32. - С.29-37.
204. Современная трактовка понятия «логистика» с позиции бизнеса // Logistic system, аналитика. URL: <http://www.logsystems.ru>
205. Современные методы управления в реальной экономике Республики Таджикистан//Материалы науч.-практ. конф.- Душанбе: РТСУ, 2011.- с.112-124.
206. Соколов Б.И. Проблемы модернизации российского предпринимательства // Экономика и управление. - 2010. - 3. - С. 93-95.
207. Соколов Б.И., Воронов В.С. Инструменты финансирования, обеспеченные интеллектуальными активами // Проблемы совр. экономики. - 2011. - 4. - С. 197-201.
208. Соколов Б.И., Воронов В.С. Новый формат финансового посредничества в инновационной экономике: институциональная среда финансовых инноваций // Проблемы совр. экономики. - 2010. - 3. - С. 218-223; 4. - С. 182-185.

209. Соколова И.А. К вопросу об определении сущности налогового риска [Текст] / И.А. Соколова, Н.А. Прохорова / Вестник ПВГУС – 2013 - 5 (31) – с. 118-121.
210. Соколова И.А. Факторы возникновения риска конфликтных ситуаций на предприятиях сферы услуг [Текст] / И.А. Соколова / Вестник ПВГУС – 2013 - 2 (28) – с. 65-71.
211. Сохибназаров Гаюр Холикназарович. Обеспечение эффективного развития предпринимательской деятельности в РТ: Диссер...кан. экон. наук/08.00.01/- Душанбе, 2019.-152с.
212. Станиславчик Е. Основы инвестиционного анализа // Финансовая газета. 2004. 11. С. 7–12.
213. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика.- М.: Изд-во «Перспектива», 2001.- 236с.
214. Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. Серия: Экономическая наука современной России, М., Наука, 2002.- 448с.
215. Сударкина Е.С. Анализ структуры российской экономики на современном этапе и перспективы развития // Juvenis scientia. 2016. 1. С.57-58.
216. Султонов Зоиршо...хаст
217. Сульповар Л.Б., Каурова О.В., Журавлева Н.В., Мун Е.А., Платонова Н.А., Хотинская Г.И., Христофорова И.В. Под редакцией Академика Свириденко Ю.П. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития// Экономика предприятий сферы услуг. - Москва, 2001.- 410 с.
218. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития: в 4 т. Т. 1. Формирование сферы услуг / под ред. Ю.П. Свириденко; Моск. гос. ун-т сервиса. - М.: ВЕГА ИНТЕЛ XXI, 2000. - С. 189.
219. Сычева Г.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). / Г.И. Сычева, Е.Б. Колбачев, В.А. Сычев. Ростов н/Д: «Феникс», 2004. - 384 с.

220. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/16936> (дата обращения: 24.02.2011).
221. Тагаев Бахром Шоназарович. Ташаккул ва рушди инфрасохтори соҳибқорӣи истеҳсоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2020.-199с.
222. Тагоева Робиямох Гулмуродовна. Формирование механизма управления развитием сферы социальных услуг (на материалах Хатлонской области Республики Таджикистан. Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2020.-189с.
223. Таджикистан. Диагностическое исследование в области торговли. - Документ Всемирного банка. Отчет 32603-TJ. - 30 июня 2005. - 24с.
224. Таджикистан. Оценка инвестиционного климата. - Документ Всемирного банка (проект), апрель 2005, - с. 5 (по данным Обзора Экономической среды и эффективность работы предприятий П, 2002).
225. Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента / Пер. с англ. А.И. Зак. — М.: Контроллинг, 1991. — 104 с.
226. Темницкий А.Л. Социологические исследования.М 2004. 6.
227. Теория и практика антикризисного управления / Под ред. С.Г. Беляева, В.И. Кошкина. — М.: Закон и право, 1996.
228. Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями / ГУ ВШЭ, 2000.
229. Тихонов Д.Н. Основы налоговой безопасности. - М.: Аналитика-Пресс, 2002. - 224 с.
230. Толибов К.К. Приоритетные направления развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан//Автореферат дисс...канд. экон. наук. -Душанбе, 2004. - 23с.
231. Толибов Қобилҷон Қосимович. Механизми ташкилию иқтисодии ташаккул ва рушди соҳибқорӣи тиҷоратӣ: назария, методология, амалия

(дар мисоли савдои чаканаи шаҳри Душанбе). Диссер...док. экон. наук/08.00.05/.- Душанбе, 2021.-272с.

232. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж., Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии / Пер. с англ. под ред. Л.Г.Зайцева, М.И. Соколовой. -М.: Банки и биржи: ЮНИТИ,1998-576с.
233. Торгунаков Е.А. Конкурентоспособность предпринимательства на расширяющемся рынке страховых услуг // Экономика и управление. СПб.: Изд- во Санкт- Петербургской академии управления и экономики, 2005, выпуск 4(21). - С. 194.
234. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. - М. : АСТ, 2004.-148с..
235. Тошенко Ж.Т. Социальная инфраструктура: сущность и пути развития.- М.: Мысль, 1980-с.206.
236. Тренев Н.Н. Стратегическое управление. -М.: «Издательство ПРИОР», 2000.-288с.
237. Туккель. И. Л. Разработка и принятие решения в управлении инновациями /– СПб. : БХВ-Петербург, 2011. – 342 с.
238. Тумина Т.А. Инновационное развитие экономических систем: автореф. дис... докт. экон. наук / Т.А. Тумина. Белгород, 2009. — 53 с.
239. Тэпман Л.Н. Риски в экономике: учеб. пособие для вузов / под ред. В.А. Швандера. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 380 с.
240. Управление и организация в сфере услуг/ Хаксевер Кангиз, Рендер Барри,
241. Управление персоналом организации / Под ред. Кибанова А.Я. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 162 с.
242. Управление рисков в рыночной экономике / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю. Екатеринославский, Дж.Дж. Хэмптон. - М.: Экономика, 2002. - 195 с.
243. Уринцов А.И., Дик В.В. Системы поддержки принятия решений. М.: МЭСИ, 2008.

244. Урунова С.А. Проблемы развития мерчендайзинга в розничной торговле Таджикистана: монография: под редакцией доктора экономических наук, профессора Раджабова Р.К.- Душанбе: «Ирфон», 2020. – 168 с.
245. Факеров Х. Н. Формирование и развитие рынка потребительских товаров в условиях переходной экономики. диссертация доктора экономических наук. - Новосибирск, 2004.
246. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования. Монография/Ф.Х.Факеров. - Душанбе: «Ирфон», 2002.-116с.
247. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — 4(36). — С. 53–68.
248. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление. -М.: ИНФРА-М,2006.-406с.
249. Филина Ф.Н. Риск-менеджмент. М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008.
250. Финансово-кредитные операции и их автоматизация: Учеб. пособие/ В.П. Божко, Т.П. Бут. – Харьков: Нац. аэрокосмический ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2003. С. 80.
251. Финансово-экономический словарь / Под ред. М.Г. Назарова. -М, 2005.- с.85-87.
252. Финансы: Под ред. С.И. Лушина, В.А. Слепова. - М.: Изд-во Рос.экон. акад., 2000. - 234с.
253. Фукуяма, Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма. - М. : АСТ, 2004.-124с.
254. Хабибов С.Х. Эшов Д.К. Малое предпринимательство Душанбе - Ирфон 2006
255. Хабибов С.Х., Шаропов Ф.Р., Аминов И.А. Проблемы повышения эффективности розничной торговли. – Душанбе: «Хумо», 2004.
256. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг.- СПб: Питер,2002. 752 с.
257. Хамидов Абдусалим Худойбердиевич. Особенности функционирования и развития неформального сектора в сфере услуг (на материалах

- Республики Таджикистан). Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2018.-177с.
258. Хижнякова О. Оптимизация численности персонала: лояльный подход // Справочник по управлению персоналом. - 2009. - 12. - С. 57-60.
259. Хизрич Р., Питере М. Предпринимательство, или как завести собственное депо и добиться успеха: Вып. I. Предприниматель и предпринимательство: Пер. с англ.-М.: Протрете, 1990. -236с.
260. Хисориева Гулнора Тоировна. Развитие экономического потенциала субъектов рынка гостиничных услуг в Республике Таджикистан. Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2020.-192с.
261. Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Международные отношения, 2003. - 384с.
262. Хубони Сорбон. Формирование и развитие рынка ресторанных услуг в условиях рыночной экономики. (на материалах Республики Таджикистан). Диссер...кан. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2017.-167с.
263. Хусаинов М. К. Сфера услуг на современном уровне развития . - Москва: Спутник+, 2004. - 189 с.
264. Хусаинов М. К. Сфера услуг на современном уровне развития/М.К.Хусаинов. - М.: Компания спутник+, 2005.-249с.
265. Хусаинов М.К. Методологические основы развития сферы услуг и розничной торговли / М. К. Хусаинов, Ш. М. Норматова ; Ин-т исслед. товародвижения и конъюнктуры оптового рынка. - Москва : ИТКОР, 2013. - 183 с.
266. Хусаинов М.К. Управление экономическим развитием сферы услуг (на примере Республики Таджикистан): диссертация ... доктора экономических наук. - Москва, 2005. - 288с.
267. Хусейнова Д.К. Развитие финансового предпринимательства в условиях переходной экономики Республики Таджикистан //Автореферат дисс...канд.экон.наук. -Душанбе, 2004. -24с.

268. Хэлдман К. Управление рисками / Управление проектами. М.: ДМК-Пресс, 2007. С. 171-194.
269. Цветков А.Н. Предпринимательство в социальной сфере. - СПб.: СПбГИЭУ, 2000. - 76 с.
270. Цхададзе, Н.В. Эволюция мировой экономической мысли от истоков до наших дней: монография / Н.В. Цхададзе. - М.: Издательство «Русайнс», 2015. - 168 с.
271. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. - Тамбов: изд-во Тамб. гос.-тех. ун-та, 2008. - 148 с.
272. Чаплина А.Н. Технология формирования систем стратегического менеджмента потребительского рынка города / Экономика Красноярского края, проблемы и решения: Сборник научных статей. Спец.выпуск / Под ред.Ю.Л. Александрова, А.Н. Чаплиной. – СПб. – Красноярск: НПК «РОСТ», 2008. – 114 с.
273. Черникова А. А. Проблемы управления региональным развитием и их решение / А. А. Черникова А. И. Проселкова. - М. : КНОРУС, 2007.-173с.
274. Чуриков Л.И. Маркетинговые исследования на преуспевающих фирмах / Л.И. Чуриков, Ю.В. Журавлев, С Л. Житенев; Воронеж, ВГТА, 2002. 276 с.
275. Шамсиев К.Б. Экономические проблемы развития предпринимательства Таджикистана. Душанбе: Ирфон, 2004. -268с.
276. Шапкин, А.С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: [Текст] /А.С. Шапкин, В.А. Шапкин / Учебное пособие – М.:Дашков и К – 2005 – с. 179.
277. Шарипов М.М. Некоторые теоретические аспекты развития рыночной экономики в странах постсоветского пространства//Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - Белгород: Издательство: Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2/2009. С 193-202

278. Шарипова А.Г. Предпринимательство, как фактор экономического роста в условиях формирующейся рыночной экономики Республики Таджикистан // Автореферат дисс...канд.экон.наук. - Душанбе, 2006. -23с.
279. Шаронова В.П. Развитие сферы услуг на предприятиях потребительской кооперации // Вестник РГТЭУ.2010. 2. С. 125-130.
280. Шаропов Ф.Р. Управление социально-экономическим развитием розничной торговли: теория, методология, стратегия. Диссер...док. экон. наук/08.00.05/- Душанбе, 2018.-305с.
281. Шахов В.В., Миллерман А.С., Медведев В.Г. Теория и управление рисками в страховании. - Москва: Финансы и статистика, 2002. - 224 с.
282. Шевелев, А.Е. Риски в бухгалтерском учете [Текст] /А.Е. Шевелев, Е.В. Шевелева/ - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: КНОРУС - 2011. – с. 304.
283. Шевцова Ю.В. Методические подходы и практические приемы операционного риск-менеджмента в телекоммуникационных компаниях // Вестник СибГУТИ. 2009
284. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, процента и цикла конъюнктуры) - М.: Прогресс, 1982. -234с.
285. Экономическая библиотека, Качественные методы оценки рисков. URL: <http://eclib.net/58/26>
286. Экономическая энциклопедия /Науч.-ред. Сов изд-ва “Экономика”; Ин-т экон.РАН; Гл.ред. Л.И.Абалкин. -М.: ОАО “Изд-во “Экономика”, 2000 - 1055с.
287. Эшов Д.К. Государственная поддержка малого предпринимательства (кредитно-финансовые аспекты). //Автореферат дисс...канд.экон.наук. - Душанбе, 2006. -23с.
288. Юлдашев Р.Т., Тронин Ю.Н. Российское страхование: системный анализ понятий и методология финансового менеджмента. - М.: Анкил, 2000. - 448 с.

289. Юнусова М.М. Социальные проблемы роста национальной экономики. Душанбе Ирфон - 2007
290. Яковлев Г.А. Организация предпринимательской деятельности 2-е изд.- М.: «ИНФРА-М», 2010.- 313с.
291. Barkalov S.A., Baskakov A.S., Kotenko A.M. Multi-stage contest formation of innovative programs for regional development // *IzvestiyaTulSU*, Issue. 9. - Tula, 2003. - P.184-193. [In Russian]
292. Bartlett, W., Pridham, G. Cooperative Enterprises in Italy, Portugal and Spain: History, Development and Prospects, SA US Working Paper, Bristol. 1991.
293. Bellini, N., Giordani, M., Pasquini, F. (1990) The industrial policy of Emilia-Romagna: The Business Service Centres // in Leonardi and Nanelti eds. 1990.
294. Berkowitz, D. and D. DeJong. Accounting for growth in post-Soviet Russia, University of Pittsburg, working paper. 1998.
295. Bradley, K., Gelb, A. Cooperative labour relations: Mondragon's response to recession // *British Journal of Industrial Relations*. 1987, 25,p. 1.
296. Bradley, K., Gelb, A. The replication and sustainability of the Mon-dragon experiment // *British Journal of Industrial Relations*, 1982. 10, p.1.
297. Brusco, S. The Ermlian model: productive decentralisation and social integration // *Cambridge Journal of Economics*. 1982 6, p. 167-184;
298. Burkett B., Bateman, M. The operation of profit-maximising firms in a labourmanaged economy: Capitalists in Ilyna? // *Economic Analysis and Worker's Management*,1990. 24, p. 4
299. Campbell A., Keen C., Norman G, Oakeshott R. Worker-Owners: The Mondragon Achievement, Anglo- German Foundation,London. 1977.
300. Cooperative Research Unit. Mondragon Co-operatives: Myth or Model? 1982.
301. Coyle J.J., Bardi J.E., Langley J.J. Management of Business Logistics: A Supply Chain Perspective. 7th edition. - South-Western College Pub, 2002. P. 672.
302. Damodaran A., Strategic Risk Talking: a framework for risk management. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008 – 388 p.;

303. Foote-Whyte, W., Foote-Whyte, K. Making Mondragon - The Growth and Dynamics of the Worker Co-operative Complex, ILR Press, Ithaca. 1988
304. Garmise, S., Grote, R. Economic performance and social embedded-ness: Emilia-Romagna in an interregional perspective // in Leonardi and Nanetti eds. op.cit. 1990.
305. Johnson, A., Foote-Whyte, F. The Mondragon System of Worker Production Cooperatives. Industrial and Labour Relations Review, 1977. 31, 1
306. Keeble, D. New firm and regional economic development: Experience and impacts in the 1980s, Cambridge Regional Review 1, 1990.
307. Kloman H. Felix. Integrated Risk Assessment. Current Views of Risk Management. URL www.garp.com
308. Lazerson, M. Organizational growth of small firms: An outcome of markets and hierarcliies? // American Sociological Review, 1998 53, p. 3.
309. Leonardi, R., Nanetti, R. eds The Regions and European Integration: The Case of Emilia-Romagna, Pinter, London. 1990.
310. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, pp. 12–40.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ РАБОТ

(на языке оригинала)

А) Монографии

[1-А]. Организационно-экономический механизм развития малого предпринимательства в сфере услуг. Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2022. – 242 с.

[2-А]. Некоторые вопросы развития предпринимательства в сфере услуг (на материалах Согдийской области Республики Таджикистан). Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2017. – 156 с.

Б) Публикации в изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов, рекомендуемых ВАК при Президенте Республики Таджикистан:

[3-А]. Формирование стратегии развития и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского государственного университета коммерции. – Душанбе, 2022. - № 3 (34). – С. 198-206.

[4-А]. Исследование факторов, определяющих критерии оптимизации размещения и развития предприятий сферы услуг / Ф.Н. Наджмиддинов, Гафорзода Дж.Г., Махмаризоева М.К. // Известия Национальной Академии наук Таджикистана. Отделение общественных наук. – 2021. - № 2 (263). - С. 124-128.

[5-А]. Экономико-математическое моделирование задачи размещения предприятий сферы обслуживания / Ф.Н. Наджмиддинов // Известия Национальной Академии наук Таджикистана. Отделение общественных наук. – 2021. - № 1 (262). – С. 145-153.

[6-А]. Экономико-математическое моделирование прогнозирования спроса на услуги и их согласование с предложением в условиях рынка / Ф.Н. Наджмиддинов // Известия Национальной Академии наук Таджикистана. Отделение общественных наук. – 2020. - № 4 (261). – С. 131-139.

[7-А]. Совершенствование государственно-частного партнерства для реализации стратегических целей развития Республики Таджикистан / Бакиева У.Дж., Ф.Н. Наджмиддинов // Научный журнал “Экономика Таджикистана”. Институт Экономики и демографии НАН РТ. – 2019. - № 4. – С. 106-110.

[8-А]. Совершенствование системы и методов государственного регулирования сферы услуг / Ф.Н. Наджмиддинов // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук, 2019. - №3 (257). – С. 58-66.

[9-А]. Формирование эффективного механизма государственного регулирования и стимулирования развития сферы услуг / Ф.Н. Наджмиддинов

// Доклады Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук, 2019. - № 4 (008). – С. 59-66.

[10-А]. Методологические аспекты исследования влияния сферы услуг на развитие социально-экономической системы страны / Ф.Н. Наджмиддинов // Известия Академия наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук, 2019. - №1 (254). – С. 123-128.

[11-А]. Исследование современного состояния и развития сферы услуг в Республике Таджикистан / Ф.Н. Наджмиддинов// Таджикистан и современный мир. Центр стратегических исследований при Президенте Республики Таджикистан, 2019. - № 2 (65). – С.72-81.

[12-А]. Вопросы исследования взаимозависимости роста ВВП от изменения объема сферы услуг в экономике Республики Таджикистан]. / Ф.Н. Наджмиддинов // Таджикистан и современный мир. Центр стратегических исследований при Президенте Республики Таджикистан, 2019. - № 2 (28).

[13-А]. Условия и факторы развития сферы услуг в условиях рынка / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2018. - № 2/4. - С.73-79

[14-А]. Вопросы совершенствования развития предпринимательской деятельности в сфере услуг / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук, 2018. - № 1. – С. 49-52.

[15-А]. Зарубежный опыт функционирования, развития, размещения и управления сферой услуг / Наджмиддинов Ф.Н. // Известия Академия наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук, 2018. - № 4 (25). С. 154-160.

[16-А]. Развитие сферы услуг в Республике Таджикистан./ Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук, 2017. - № 2/4. Часть II. - С.116-119.

[17-А]. Эффективность сферы услуг и ее влияние на формирование валового регионального продукта Согдийской области / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе: «Сино», 2017. - № 2/5 Часть II. С.164-169.

[18-А]. Управление развитием сферы услуг: функциональный подход / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник университета (РТСУ), 2017. - № 1 (57). - С. 154-159.

[19-А]. Некоторые вопросы развития туристической отрасли региона / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник университета (РТСУ), 2017. - № 2 (58). - С.122-127.

[20-А]. Теоретические вопросы трансформации понятия природы услуг в современных условиях перехода к рыночной экономике / Ф.Н. Наджмиддинов., Бакиева У.Дж. // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук., 2017 - № 4 (60). – С.65-73.

[21-А]. Исследование факторов, влияющих на развитие предпринимательской деятельности в сфере услуг / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе: «Сино», 2015. – С.132-141.

[22-А]. Государственная поддержка малого предпринимательства за рубежом / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2015. – С.301-307.

[23-А]. Обеспечение эффективного функционирования предпринимательских структур в сфере услуг региона / Ф.Н. Наджмиддинов// Известия академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук. – 2015. - № 1. - С.72-82.

[24-А]. Вопросы социальной ответственности бизнеса в Таджикистане / Ф.Н. Наджмиддинов // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук, 2014. - № 4 (236). – С.52-58.

[25-А]. Некоторые вопросы исследования социальных функции малых предприятий Таджикистан / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского технического университета имени акад. М.С.Осими.- Душанбе. - 2012. - С.106-111.

[26-А]. Взаимодействие государства и бизнеса в решении социальных проблем / Ф.Н., Наджмиддинов // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук. - Душанбе, 2011. - № 3 - С.68-76.

В) Публикации в материалах конференций и других научных изданиях:

[27-А]. Проблемный подход к стратегическому анализу развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг / Материалы международной научно-практической конференции «Интеграция науки и высшего образования в условиях цифровой экономики». – Ташкент: Ташкентский государственный экономический университет. 24.10.2022. - С. 56-64.

[28-А]. Разработка организационно-экономического механизма развития малого предпринимательства в сфере услуг / Материалы международной научно-практической конференции «Интеграция науки и высшего образования в условиях цифровой экономики». – Ташкент: Ташкентский государственный экономический университет. 24.10.2022. - С. 125-132.

[29-А]. Модель организации бизнес-инкубатора, как основа развития. Пенджикент / Ф.Н. Наджмиддинов / Материалы научно-практической международной конференции “IV - е Артуховские чтения”, посвященная Годам развития села, туризма и народных ремесел, также Программы десятилетия действий «Вода для устойчивого развития 2018-2028 гг.»,

«Актуальные вопросы филологических, социальногуманитарных и естественных наук в современное время», 11-14 июля 2022 года в Таджикском педагогическом институте в городе Пенджикент. 2022. - С. 561-572.

[30-А]. Мақом ва нақши хадамоти таҳсилотӣ дар низоми иқтисодиёти бозоргонӣ / Ф.Н. Наджмиддинов // Маводи Конфересияи ҷумхуриявӣ дар мавзӯи “Масоили рушди сайёҳӣ ва хунарҳои мардумӣ дар шароити муосир”- 20.02.2018.

[31-А]. Роль человеческого капитала в развитии экономики сферы услуг/ Ф.Н. Наджмиддинов // Материалы международной научно-практической конференции. 13-14 фев 2017 г. Пенджикент

[32-А]. Факторы, влияющие на развитие и размещение малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг/ Ф.Н. Наджмиддинов, Махмаризоева М.Қ. // Вестник Таджикского государственного университета коммерции, Душанбе: 2017. - № 3 (16). – С. 47-53.

[33-А]. Тенденции развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг в Согдийской области и Зеравшанской долины РТ/ Ф.Н. Наджмиддинов/ДОТП материалы международной конференции Посвященной Год молодёжи Пенджикент 2017 С.192-100

[34-А]. Совершенствование механизма управления развитием малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг в Республики Таджикистан. / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского государственного университета коммерции, Душанбе: 2016. - № 1 (14). - С.72-84.

[35-А]. Особенности и проблемы развития малых форм предпринимательской деятельности в сфере услуг / Ф.Н. Наджмиддинов // Вестник Таджикского государственного университета коммерции, Душанбе: 2015. - № 4 (13). - С.47-53.