

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

Тохилова Гавхарой

Докторант (PhD) Наманганского
государственного университета

Электронная почта: gavharoy19111999@gmail.com

Телефон: +99890 597 19 15

Наманган, Узбекистан

Аннотация. В данной статье рассматриваются и анализируются теоретические подходы к повышению эффективности деятельности малых предприятий, функционирующих в сфере услуг. Особое внимание уделяется научному обоснованию значения сферы услуг как важного сектора экономики, способствующего развитию малого бизнеса и созданию новых рабочих мест. Раскрывается экономическая сущность категории «эффективность», а также систематизируются основные критерии её оценки, включая финансовые, организационные и социальные показатели. Дополнительно исследуются ключевые факторы, влияющие на уровень эффективности, такие как инновационность, качество управления, кадровый потенциал и степень конкуренции на рынке. В рамках исследования учитываются особенности национальной экономической среды, институциональные условия и специфика функционирования малых предприятий в отечественной практике. Также проведён анализ зарубежного опыта повышения эффективности в аналогичной сфере, что позволило выявить универсальные подходы и адаптировать их к реалиям местной экономики.

Ключевые слова: малый бизнес, сфера услуг, эффективность, инновации, конкурентоспособность, управление.

ВВЕДЕНИЕ

В современной экономике малый бизнес играет важную роль в обеспечении устойчивого экономического роста и занятости. Роль этих структур возрастает, особенно в сфере услуг, поскольку увеличивается спрос населения на индивидуальные и качественные услуги. В Узбекистане развитие малого бизнеса является одним из приоритетов государственной политики, а его эффективность стала актуальной проблемой. Роль малого бизнеса в экономике, особенно в сфере услуг, с каждым годом возрастает. Этот сектор играет важную роль не только в создании рабочих мест, но и в развитии региональной инфраструктуры и повышении качества жизни населения.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Развитию сферы услуг и ее влиянию на занятость посвящен ряд научных работ отечественных и зарубежных экономистов. Теоретические основы и социальное значение сферы услуг изучались такими экономистами, как А. Смит, Дж. Б. Сэй, Д. М. Кейнс, Й. Шумпетер, А. В. Чаянов [1], К. А. Райцкий [2], И. А. Журавлева [3], А. П. Киселев. [4]. Они внесли вклад в развитие теории сферы услуг. За годы независимости учеными нашей страны был проведен ряд научных исследований в этом направлении. С.С. Гулямов [5], Г.Х. Кудратов [6], Ё.Абдуллаев [7], М.С. Касимова [8], Б. Ходиев [9], А. Абдуллаев [10], Д. Суюнов [11], М.К. Пардаев [12], С.К. Салаев [13], Б.А. Абдукаримов [14], Г.С. Севликьянс и Е.Н. Хаджаев [15] провели заслуживающие внимания исследования.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Статья написана с использованием современных методов научного познания, в том числе методов статистики, сравнительного анализа и синтеза.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Эффективность малого бизнеса в сфере услуг — многогранное понятие, включающее экономические, операционные и социальные результаты. Для обеспечения долгосрочного роста важно глубоко проанализировать концепцию эффективности и выявить факторы, которые на нее влияют.

Под сектором услуг понимается вид экономической деятельности, который создает стоимость путем предоставления услуг потребителям, а не путем непосредственного производства продукции.

Хотя концепция служения со временем претерпела изменения, одно из самых ранних ее определений было дано в труде Адама Смита «Богатство народов» (1776)¹⁰⁵. По его мнению, услуги — это продукты, которые потребляются сразу же после производства, что подчеркивает их необходимость для общества. Подходы А. Смита были позднее дополнены Дж. Сэем (1803)¹⁰⁶, который считал, что услуги эффективны, поскольку они удовлетворяют потребности человека. А. Маршалл (1890)¹⁰⁷ признавал, что услуги, хотя и неосвязаемы, играют важную роль в экономике. В отличие от Адама Смита, считавшего услуги неэффективными, Маршалл подчеркивал их важность в улучшении жизни людей и содействии экономическому процветанию.

К 2000-м годам многие экономисты стали отражать растущую важность неосвязаемости, креативности и ожиданий потребителей. Среди них, в частности, Джонстон и Кларк (2001)¹⁰⁸ утверждают, что сфера услуг охватывает предприятия, которые предоставляют нематериальную ценность посредством взаимодействий, процессов и впечатлений, а не физических товаров. Кроме того, Битнер и Браун (2006)¹⁰⁹ утверждают, что сектор услуг состоит из отраслей, которые предоставляют нематериальные продукты и основаны на прямом взаимодействии между поставщиками и клиентами.

Малым предприятием является хозяйствующий субъект, который соответствует установленным критериям по численности работников, финансовому обороту и активам. Эффективность — экономическая концепция, выражающая целесообразность и результативность производственной или сервисной деятельности и измеряющая полезность использования ресурсов. В контексте малого бизнеса эффективность означает использование имеющихся средств, времени, человеческих ресурсов и технологий для максимизации

¹⁰⁵ Smith, A. *The Wealth of Nations: Books I-III*. London; New York: Penguin Classics. 1982

¹⁰⁶ Say, J. B. *A Treatise on Political Economy; Or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*. Philadelphia: Lippincott, Grambo & Co. 1855.

¹⁰⁷ Alfred Marshall, *Principles of Economics* (8th ed.) LIBERTY FUND, INC. 8335 Allison Pointe Trail, Suite 300 Indianapolis, Indiana 46250-1684. 1890. oll@libertyfund.org.

¹⁰⁸ R. Johnston and G. Clark, “Service Operations Management,” Prentice-Hall, Harlow, UK, 2001.

¹⁰⁹ Bitner & Brown, “The Evolution and Discovery of Services Science in Business Schools,” *Communication of the ACM*, Vol. 49, No. 7, (2006).

прибыли, удовлетворения потребностей клиентов и достижения устойчивого роста. Эффективность малого бизнеса оценивается по следующим критериям:

1. Производительность рабочего процесса — скорость, непрерывность и качество предоставления услуг или производства продукции.

2. Эффективность труда сотрудников — вклад каждого сотрудника в производство, уровень мотивации и готовность работать над собой.

3. Уровень удовлетворенности клиентов — мнения клиентов, лояльность и повторные покупки.

4. Инновационный потенциал — внедрение новых продуктов или услуг, автоматизация рабочих процессов и использование технологий.

На эффективность деятельности малого бизнеса в сфере услуг влияют внутренние и внешние факторы. (Таблица 1.) Внутренние факторы, которые напрямую влияют на эффективность деятельности малого бизнеса, — это процессы, которые управляются и контролируются внутри предприятия и являются важными критериями результатов и конкурентоспособности бизнеса. Ниже анализируются основные внутренние факторы:

1. Качество обслуживания

Качество обслуживания — это соответствие ожидаемого клиентом результата фактическому уровню предоставленной услуги. Качественные услуги удовлетворяют клиентов, повышают их лояльность и укрепляют репутацию компании. В малом бизнесе качество обслуживания обычно ассоциируется с индивидуальным подходом, скоростью и человеческим взаимодействием, что дает ему преимущество перед крупными предприятиями. Предоставление качественного сервиса приводит к увеличению количества клиентов и росту чистой прибыли.

2. Снижение себестоимости продукции

Одним из важных факторов эффективности является рациональное использование ресурсов и минимизация лишних затрат. Снижая издержки производства, малые предприятия могут поддерживать конкурентоспособные цены на свою продукцию или услуги и увеличивать прибыль. В этой связи важное значение имеет внедрение энергосберегающих технологий, автоматизированных систем и оптимальных логистических решений.

3. Производительность труда сотрудников

Навыки, мотивация и отношение сотрудников к работе являются одними из ключевых факторов эффективности малого бизнеса. Квалифицированные и преданные своему делу сотрудники повышают качество обслуживания, эффективно общаются с клиентами и ускоряют операционные процессы. В малом бизнесе сотрудники часто выполняют несколько задач, что требует от них большего количества знаний и навыков. Поэтому внедрение систем непрерывного обучения и внутреннего стимулирования значительно повышает эффективность.

4. Маркетинговый подход

Маркетинговая стратегия играет важную роль, помогая малому бизнесу адаптироваться к требованиям рынка, выявлять потребности клиентов и

привлекать их. Современные маркетинговые подходы (цифровой маркетинг, продвижение в социальных сетях, CRM-системы) позволяют малому бизнесу охватить широкую аудиторию при относительно небольших затратах. Конкурентные цены, индивидуальные предложения услуг и стратегии брендинга помогают малому бизнесу найти свое место на рынке.

Эффективность деятельности малого бизнеса тесно связана не только с внутренней системой управления и использованием ресурсов, но и с факторами внешней среды. Ниже перечислены основные внешние факторы для малого бизнеса:

1. Конкурентная среда

Конкурентоспособность рынка, на котором работают предприятия малого бизнеса, напрямую влияет на их ценовую политику, качество обслуживания и инновационные подходы. На высококонкурентных рынках малый бизнес вынужден улучшать свои услуги, укреплять отношения с клиентами и создавать уникальные преимущества. И наоборот, в регионах с низкой конкуренцией может не быть достаточной динамики в качестве услуг и ценах. Таким образом, здоровая конкурентная среда способствует повышению эффективности малого бизнеса.

2. Государственная политика

Политика государства по поддержке малого бизнеса — такие меры, как налоговые льготы, кредитные субсидии и упрощенные процедуры лицензирования — оказывает положительное влияние на эффективность. Кроме того, развитию малого бизнеса способствуют такие государственные инициативы, как поощрение малого предпринимательства, создание благоприятной среды для ведения бизнеса, устранение бюрократических препон.

3. Инфраструктура

Одним из основных внешних факторов, влияющих на качество и стоимость услуг для малого бизнеса, является инфраструктура. Качество дорог, электро- и водоснабжения, скорость интернета, система логистики и другие элементы технической инфраструктуры определяют устойчивость деятельности. В регионах с развитой инфраструктурой малый бизнес развивается быстрее, повышается качество обслуживания и снижаются издержки. Напротив, плохая инфраструктура увеличивает издержки производства и отрицательно влияет на эффективность.

4. Развитие инвестиционного климата

Свободный доступ к внешним инвестициям и финансовым ресурсам создает огромные возможности для малого бизнеса. Доступность кредитов, грантов и других источников финансовой помощи помогает малому бизнесу расти, внедрять инновации и расширять спектр своих услуг. Стабильность и открытость инвестиционной среды важны как основа внешней финансовой поддержки малого бизнеса.

Факторы, влияющие на эффективность малого бизнеса в сфере услуг

Таблица 1.

Внутренние факторы	Внешние факторы
Качество обслуживания;	Конкурентная среда
Снижение себестоимости продукции;	Государственная политика
Производительность труда сотрудников.	Инфраструктура
Маркетинговый подход	Инвестиции

Повышение эффективности в сфере услуг достигается за счет рационального использования ресурсов, усиления конкурентоспособности и улучшения качества обслуживания. Эти три основных направления позволят обеспечить устойчивое развитие отрасли, полное удовлетворение потребностей клиентов и быстрое реагирование на требования рынка.

1. Разумное использование ресурсов

Ресурсы — это человеческие, материальные, финансовые и временные ресурсы, которые ограничены для каждого субъекта малого бизнеса. Поэтому необходимо использовать их оптимально и экономично:

- Рабочая сила: повышение производительности труда каждого сотрудника, четкое распределение задач и сокращение ненужных затрат на рабочую силу оказывают положительное влияние на эффективность.
- Финансовые ресурсы: Финансовая устойчивость обеспечивается за счет бюджетирования, контроля затрат, а также анализа доходов и прибыли.
- Время: инструменты управления временем сокращают время обслуживания, уменьшают время ожидания и повышают удовлетворенность клиентов.
- Энергия и технологии: ресурсосберегающие технологии, автоматизация (например, электронные очереди, онлайн-сервисы) повышают эффективность и сокращают количество человеческих ошибок.

2. Повышение конкурентоспособности

В сфере услуг существует постоянная конкуренция, которая побуждает предприятия внедрять инновации, расширять спектр услуг и повышать качество:

- Уникальные торговые преимущества (УТП): например, скорость обслуживания, бесплатная консультация, круглосуточное обслуживание, бесплатная доставка и т. д.
- Гибкость ценовой политики: для разных категорий клиентов могут быть разработаны различные цены и системы скидок.
- Создание бренда и укрепление имиджа: завоевание доверия клиентов создает преимущество в конкурентной среде. Это достигается с помощью рекламы, стандартов обслуживания и дизайна.
- Заполните пробел на рынке: выявляя недостаточно развитые услуги и быстро предлагая их, вы можете занять прочную позицию на рынке.

3. Улучшение качества обслуживания

Качество является одним из важнейших элементов в процессе предоставления услуг, напрямую влияющим на лояльность клиентов и репутацию бизнеса:

- Система контроля качества: Каждый этап обслуживания оценивается с помощью внутренних стандартов и аудитов.
- Опираясь на отзывы клиентов: постоянно улучшайте качество обслуживания, изучая мнения и предложения.
- Стандартизированные протоколы обслуживания: гарантируют равное и профессиональное отношение к каждому клиенту.
- Инновационные форматы предоставления услуг: онлайн-консультации, мобильные сервисы, автоматизированные пункты обслуживания (киоски) и т. д. повысят качество обслуживания.

Для повышения эффективности деятельности малого бизнеса в сфере услуг необходим стратегический подход. Это достигается за счет максимального использования имеющихся ресурсов, снижения затрат, адаптации к рыночному спросу, предложения услуг, отвечающих потребностям клиентов, и постоянного повышения качества. Совокупность этих факторов обеспечивает конкурентоспособность малого бизнеса, гарантирует его устойчивый рост и усиливает его роль в экономике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сфера услуг является одной из важнейших и перспективных сфер для малого бизнеса, и эта отрасль характеризуется постоянными инновациями, прямым контактом с клиентами и качеством обслуживания. Повышение эффективности малого бизнеса достигается за счет постоянного анализа, открытости к инновациям, совершенствования внутренних процессов и адаптации к внешним условиям. Для повышения эффективности деятельности малого бизнеса в сфере услуг необходим стратегический подход. Это достигается за счет максимального использования имеющихся ресурсов, снижения затрат, адаптации к рыночному спросу, предложения услуг, отвечающих потребностям клиентов, и постоянного повышения качества. Совокупность этих факторов обеспечивает конкурентоспособность малого бизнеса, гарантирует его устойчивый рост и усиливает его роль в экономике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУР

1. А.В.Чаянов. О размере семьи и крестьянского домохозяйства. // Вестник статистики. 2011, №7, с. 47.
2. Раицкий К.А. Экономика предприятия. Учебник. - М.: ИВЦ "Маркетинг". 2019. с. 683.
3. Журавлева И.А. Основные направления развития малого бизнеса в сфере услуг и их экономическое обоснование, Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Белгород-2015.
4. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса. – "Либра", 2005.- с. 246.
5. Фуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес. – Т.: "Шарқ" нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси бош тахририяти. 2012.- 365 б.

6. Қудратов Ғ.Ҳ. Сервис ривожі – аҳолининг бандлигини таъминлаш ва фаровонлигини ошириш омили. Рисола. Т.: “Фан ва технология”, 2007. -16 б.
7. Абдуллаев Ё. Хизматлар соҳаси ва тадбиркорлик асослари. 100 савол ва 100 жавоб (1-қисм), Т.- “Меҳнат”, 2010.- 347 б.
8. Қосимова М.С. Сервис соҳасини бошқариш. –Т: “Ўқитувчи”, 2003.- 239 б.
9. Ходиев Б. Бизнес қийматини баҳолаш. Т.: “Иқтисод-молия” 2007.- 254 б.
10. Абдуллаев А. Тадбиркорлик ва хизматларни: ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш. – Т: “Фан ва технология”, 2015.- 243 б.,
11. Суюнов Д.Х. Кичик ва ўрта бизнес субъектларида бошқарувни ташкил қилиш ва унинг самарадорлигини ошириш йўналишлари: иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. –Т., ТДИУ, 2004.-23 б.
12. Пардаев М.Қ. Хизматларнинг ижтимоий-иқтисодий табиати ва уни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари (назарий жиҳатлар).//Сервис. – Самарқанд, 2009. -№ 1, 37-44 бетлар.
13. Салаев С.К. Кичик бизнес ривожланиш тенденцияларини моделлаштириш ва башоратлаш: иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. – Т.: ТДИУ 2008. -49 б.
14. Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. – Т: “Фан ва технология”, 2007.- 386 б.
15. Севликянц Г.С., Ходжаев Э.Н. Предпринимательство в Республике Узбекистан.-Т.: изд. Народного наследия им. А.Кадыри МГП “Ижод”, 1993. – 159 с.