

**ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КОММЕРЦИИ**

УДК: 338.46.4 (575.3)

На правах рукописи

БАБАЕВА ПАРВИНА МАНСУРОВНА

**ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ
РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ
(на материалах Республики Таджикистан)**

**Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством (экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами- сфера услуг)**

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

*Научный руководитель,
кандидат экономических наук,
доцент Комарова Г.Б.*

ДУШАНБЕ – 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕК- ТИВНОСТИ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	10
1.1. Социально-экономическая сущность и роль бытового обслуживания населения в рыночной экономике	10
1.2. Методические подходы к определению социально-экономической эффективности бытового обслуживания	22
1.3. Зарубежный опыт организации бытового обслуживания населения	38
ГЛАВА II. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕК- ТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН	46
2.1. Оценка современного состояния, тенденций развития и эффективности сферы бытового обслуживания	46
2.2. Анализ качества и социально-экономической эффективности бытового обслуживания	63
2.3. Факторы, влияющие на социально-экономическую эффективность бытового обслуживания	79
ГЛАВА III. ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	95
3.1. Формирование стратегии развития бытового обслуживания населения	95
3.2. Основные направления повышения социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения	109
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	120
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	125
ПРИЛОЖЕНИЯ	142

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных условиях развития рыночной экономики, как на международном, так и национальном уровнях, сфера бытовых услуг является важным системным средством, позволяющим обеспечить экономическую активность населения, решение социально-экономических задач общества.

Сфера бытовых услуг в Республике Таджикистан характеризуется наличием устойчивой тенденции поступательного развития, связанного с ростом объема деятельности, расширением спектра предоставляемых услуг, усилением конкуренции между хозяйствующими субъектами. В настоящее время, даже при условии динамичного развития сферы бытового обслуживания, для значительной части населения, особенно с низким уровнем доходов, в том числе сельского населения, указанные услуги являются недоступными.

Для сглаживания дифференциации территориального развития сферы бытовых услуг необходимо развивать государственно-частное партнерство, что даст возможность модернизировать сферу бытовых услуг, реализовать частные интересы для достижения общей цели.

В этой связи для формирования конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг в сложившейся ситуации на рынке, особую актуальность приобретают оценка социально-экономической эффективности их деятельности и качества обслуживания населения и определение стратегических направлений её развития, предполагающих комплексный подход к исследованию с использованием опыта других стран.

Указанные проблемы, несмотря на широкое исследование теоретических и практических их аспектов отечественными и зарубежными учеными, исследованы недостаточно полно и носят дискуссионный характер.

До настоящего времени недостаточно полно изучены методические подходы к оценке социально-экономической эффективности и качества обслуживания в сфере бытовых услуг адекватно рыночной ситуации и особенностей национальной экономики. В республике не разработана научно

обоснованная модель развития сферы бытового обслуживания с учетом влияния экзогенных и эндогенных факторов и отсутствует эффективная поддержка со стороны государства, что отрицательно отражается на уровне жизни населения.

Степень изученности проблемы. Проблемам развития сферы бытовых услуг и отдельных её аспектов посвящены фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных ученых.

Вопросами развития рынка бытовых услуг занимались такие ученые как Абрютин М.С., Александрова Ю.А., Басса А.Ю., Галкин В.В., Демченко С.К., Жильцов Е.Н., Котлер Ф., Легориева С.Ф., Маркс К., Новоселов А.С., Портер М., С.Ф., Терещенко Н.Н. и др.

Среди таджикских учёных: Аминов И.А., Абдусаматов Г.А., Газибеков С.А., Джураева А., Исмоилова Д., Каюмов Н.К., Комилов С.Дж., Комарова Г.Б., Мирсаидов А.Б., Раджабов Р.К., Рауфи А., Ризокулов Т.Р., Саломова У.Г., Саидова М. Х., Факеров Х.Н., Фозилхонов Д.О., Хабибов С., Хайрулина М.В. и др.

Результаты исследования качества обслуживания нашли отражение в трудах Дж. Бэйтсона, Гладышева Т., Гронгуза К., Герасимова Г.И., Данилова Е.И., Заяц Е.Ю., К. Лавренюка, Лисицкого И.А., Шеремета А., и др.

Исследования данных авторов посвящены в основном теоретическим и методическим аспектам изучения социально-экономической эффективности и качества обслуживания в сфере услуг без учета специфики и национальных особенностей бытовых услуг, что ограничивает возможности практического применения и вызывает необходимость поиска новых научных подходов к оценке их развития.

Многообразие подходов к рассмотрению вопросов предоставления бытовых услуг населению недостаточно затрагивает аспекты развития государственно-частного партнерства в данной сфере, обеспечения доступности услуг для различных слоев населения, повышения их качества, совершенствования форм и методов предоставления услуг

Вышеперечисленное определило актуальность, цель и задачи настоящего диссертационного исследования.

Цель и задачи диссертационного исследования – разработка теоретических основ и методического инструментария, практических рекомендаций по повышению социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения в условиях рыночных отношений

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. Обобщить и систематизировать подходы к определению понятий «услуга», «качество обслуживания» и оценить социально-экономическую сущность и роль бытового обслуживания в рыночной экономике.

2. Проанализировать методические подходы к определению социально-экономической эффективности и качеству бытового обслуживания

3. Изучить и обобщить зарубежный опыт организации бытового обслуживания населения.

4. Дать оценку современному состоянию, социально-экономической эффективности и качеству бытового обслуживания населения.

5. Исследовать факторы, влияющие на социально-экономическую эффективность бытового обслуживания и сформировать стратегию развития бытового обслуживания населения

6. Обосновать и разработать основные направления повышения социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения.

Теоретической и методической базой диссертационной работы явились фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам функционирования и развития сферы бытовых услуг, результаты концептуальных и экспериментальных исследований, законы Республики Таджикистан, нормативные акты, программные документы и др.

При подготовке диссертационной работы использовались материалы ежегодных статистических обследований Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Центра стратегических исследований при Президенте Республики Таджикистан, материалы финансово-

хозяйственной деятельности предприятий бытового обслуживания г. Худжанда и др.

В процессе исследования применялись следующие общенаучные методы: абстрактно-логический, системный, сравнительный, экспертных оценок, корреляционно-регрессионного анализа, комплексного и программно-целевого подходов, анализа и синтеза, методы мониторинга и т.д.

Объектом диссертационного исследования выступают сфера бытового обслуживания населения Республики Таджикистан.

Предмет диссертационного исследования состоит из совокупности экономических отношений, возникающих в процессе повышения социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения в условиях рыночных отношений.

Область исследования. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с п. 1.6. 115. Социально – экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг; п. 1.6. 112. Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг; п. 1.6. 132. Государственно – частное партнерство в сфере услуг паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями комплексами – сфера услуг.

Научная новизна - уточнено содержание дефиниций «бытовые услуги» и «качество бытового обслуживания». Бытовые услуги определены, как деятельность хозяйствующих субъектов, направленная на оказание услуг коллективного и индивидуального характера, как в материальной, так и нематериальной форме с целью получения прибыли и удовлетворения личных и общественных потребностей. Качество бытового обслуживания, на наш взгляд, можно определить, как совокупность свойств услуги, обуславливающих её пригодность удовлетворять потребности в соответствии с ее назначением на высоком качественном уровне. Классификация бытовых услуг дополнена по

критерию «форма движения услуги» - логистические, по принципу дистрибуции – франчайзинг;

- изучен и обобщен опыт зарубежных стран по развитию сферы бытовых услуг и возможности его применения в национальной экономике, в частности, организация ремесленных палат по территориальному признаку, осуществляющих контроль, экспертизы, консультации и другие услуги, размещать предприятия в шаговой доступности для населения, развивать передвижные предприятия, прокат, особое внимание уделить подготовке кадров для сферы бытовых услуг, создавать многопрофильные предприятия «Мультисервис», предоставить государственную поддержку по развитию материально-технической базы, месторасположению хозяйствующих субъектов, особенно в сельской местности и др.

- уточнены методические подходы к определению социально-экономической эффективности и качества обслуживания в сфере бытовых услуг и доказано, что сфера бытовых услуг играет важную роль в формировании рыночной экономики, в решении социально-экономических задач развития общества;

- дана оценка современного состояния, качества и эффективности бытового обслуживания в Республике Таджикистан, ее областей и городов, установлены тенденции его развития на основе выявления внутренних и внешних факторов, влияющих на социально-экономическую эффективность бытового обслуживания населения;

- разработана система критериев и показателей оценки социально-экономической эффективности и качества бытового обслуживания субъектов сферы бытовых услуг с использованием методики «SERVQUAL», позволившей выявить степень разрыва между ожиданием потребителей услуг и их восприятием, оценить влияние качества обслуживания на эффективность финансово-хозяйственной деятельности;

- предложены рекомендации по повышению социально-экономической эффективности бытового обслуживания населения в условиях рыночных

отношений с использованием механизма государственно-частного партнерства, развития предпринимательства, кластерного подхода к обеспечению конкурентоспособности и доступности предоставляемых услуг населению с различным уровнем дохода в Республике Таджикистан.

Теоретическая значимость исследования заключается в обосновании теоретико-методических подходов к исследованию функционирования сферы бытовых услуг в условиях национальной экономики и оценке качества обслуживания как фактора, определяющего ее социально-экономическую эффективность.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы местными органами государственной власти для выработки решений и научно-практических разработок, направленных на совершенствование сферы бытовых услуг и качества обслуживания населения. Результаты исследования нашли применение в деятельности Хукумата г. Худжанда Согдийской области (Справка о внедрении №2276-7//7 от 31.10.2018г.).

Материалы диссертационной работы могут быть полезны при изучении дисциплин: «Экономика сферы услуг», «Экономика предприятия», «Менеджмент организации» и др. (справка о внедрении №1345/1 от 23.11.2018г.)

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования, выводы и рекомендации обсуждались на международных, республиканских научно-практических конференциях: «Понятия и оценка качества эффективного обслуживания в сфере бытовых услуг в экономической науке» (Москва, 2017 г.); Материалы 5-й Международной студенческой научно-практической конференции «Анализ социально-экономического состояния и перспектив развития Российской Федерации»; ежегодных апрельских конференциях в Таджикском государственном университете права, бизнеса и политики в 2014-2018 годах, а также опубликованы в открытой печати в виде статей.

Научные публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 10 научных статей общим объемом 4,82 п.л. в том числе 4 статьи в журналах, рекомендуемых ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.

Объем и структура диссертации. Диссертационная работа изложена на 145 страницах машинописного текста, состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 174 наименования, содержит 13 рисунков, 33 таблицы, 4 приложения.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

1.1. Социально-экономическая сущность и роль бытового обслуживания населения в рыночной экономике

Современный этап развития мировой и национальных экономик характеризуется переходом к рыночной экономике, что свидетельствует о повышении значимости сферы услуг в решении социально-экономических задач общества.

Сфера услуг превращается в доминирующую отрасль экономики многих стран. Значительно возросла её роль в производстве ВВП, обеспечении занятости населения, роста его благосостояния, данная тенденция получила название сервисной революции.

Анализ работы Жильцова Е.Н. и Казакова В.Н. показывает, что они под «сферой услуг» понимают совокупность разнородных отраслей народного хозяйства, труд персонала которых непосредственно направлен не на изменение форм материи, а на производство особой потребительской стоимости в форме конкретной трудовой деятельности и ее полезного эффекта, удовлетворяющего потребности экономики и общества в целом, а также индивидуальные потребности граждан¹.

Сфера услуг, согласно международной классификации отраслей, относится к третичному сектору экономики, участвует в общей системе экономических законов.

Объединяя разнородные отрасли, сфера услуг содержит в себе два общих начала. Первое сводится к производству особого блага- услуги, второе сводится к сильной социальной направленности и значительному влиянию человеческого фактора, то есть характеризует социально-экономическую

¹ Жильцов Е.Н., Казаков В.Н. Экономика социальных отраслей. – М.: Изд. ТГНС, 2007. – С.12

направленность сферы услуг, в то время как первое – организационно-техническую сторону исследуемой сферы.

Сфера услуг представляет собой сложный комплекс экономических, социальных и правовых отношений, который не вписывается в классическую модель «владение, пользование, распоряжение». Характеристика отношений собственности в сфере услуг с позиции неoinституциональной теории сводится к следующему: результат деятельности работников сферы услуг имеет невещественную форму. В классической модели экономические отношения выступают по поводу вещей, что для сферы услуг связано только с материальными условиями деятельности, то есть материально-технической базой. Услуга, не являясь вещью, может иметь правовую базу, что предполагает существование результатов труда работников сферы услуг в правовой форме и порождением взаимных обязательств между поставщиками и потребителями услуг.

В настоящее время роль услуги заключается в ориентировании на конкретных потребителей, высоком уровне мобильности отрасли, в расширении перечня услуг, основанных на новых технологиях.

Среди отечественных и зарубежных ученых нет единого мнения по поводу определения категории «услуга».

Так классиком политической экономики К. Марксом отмечено, что «услуга для потребителя нужна для потребления, т.е. как потребительные стоимости – предметы, а для производителя услуг – это товар, которые имеют и потребительную и меновую стоимости».²

В настоящее время существует определённый подход к определению категории «товар» и «услуга» и их разграничению. Сравнительная их характеристика сводится к следующему: (таблица 1.1.)

² Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности сферы сервиса. – М.: Дашков И.К. 2011. – С 151.

Отличия категорий «товар» и «услуга»

Товар	Услуга
1. Осязаемость 2. Материализация в предметах и возможность их накапливания	1. Неосязаемость 2. Не возможность накопления процесса и деятельности
3. Фазы производства, распределения отделены от фазы потребления	3. Фазы производства и потребления совпадают во времени
4. Отсутствие потребления в производственном процессе	4. Участие потребления в производственно-сервисном процессе.
5. Наличие акта передачи собственности	5. Отсутствие передачи собственности

Ученые К.Р. Макконелл, П. Самуэльсон и С.Л. Брю под услугой рассматривают то, что невидимо и подлежит обмену на что-либо ценное³, а Котлером Ф. под услугой понимает нематериальную выгоду, которая не имеет собственника, переходя от одного лица к другому⁴. Другой ученый С. Халлер услугу рассматривает как готовность поставщика к деятельности, позволяющей удовлетворять спроса потребителей⁵, а К. Лавренюк, услугу рассматривает неосязаемы. При этом услугу они рассматривают таким образом:

1. Это действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой, в результате которого используются физические товары, но действия носят неосязаемый характер и, как правило, не приводит к получению права собственности.

2. Это вид экономической деятельности, создающей ценность и обеспечивающей определенные преимущества для потребителей в конкретном месте и времени в результате осязаемых или неосязаемых действий, направленных на получателя услуги или его имущество⁶.

³ Заяц. Е.Ю. Схема инновации в систем организационного управления предприятиями бытового обслуживания // Экономика и предпринимательство. 2012. №5. – С. 43.

⁴ Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. – М.: Вильямс, 2003. – С. 356.

⁵ Клименкова Г.А. Совершенствование системы управления предприятием сферы услуг в условиях рынка. Автореферат дисс. канд. экон. наук: 2009 – С.18.

⁶ Куимов В.В. Регулирование предпринимательской деятельности в сферы до школьных услуг.// Российское предпринимательство. – 2012, №11. – С. 37.

В целом процесс оказания услуг – это комплекс последовательно выполняемых операций, или согласно ISO 9004/2 услугу следует рассматривать, как результат, от деятельности между поставщиками и потребителем и для удовлетворения потребности потребителей.

Таким образом, рассмотренные определения понятия «услуги» характеризуют отличительные черты услуги от материального блага или характеризуют его как процесс.

Проведенный анализ теоретических аспектов дефиниции «услуга» позволил нам сформулировать следующее определение: услуга единовременный результат совместной деятельности производителя и потребителя, не принимающего материальную форму, приносящий прибыль и удовлетворяющий потребности участников процесса без передачи собственности.

В понимании критериев определения сферы услуг среди ученых также существуют различные мнения. По мнению академика Жильцова Е.Н. к сфере услуг относятся услуги:⁷

- по снабжению, переработке, заготовкам и хранению материальных ресурсов, оказания кредитных, финансовых и страховых услуг;
- осуществление сделок с недвижимостью и другие услуги по функционированию рынка;
- образовательные, культуры и искусство;
- науки и научного обслуживания;
- здравоохранение, и физической культуры и спорт;
- по обслуживанию домохозяйства;
- личного характера (бытовые услуги и др.);
- государственные услуги;

В условиях рынка услуги следует рассматривать как объекты купли-продажи, производство которых носит единичный характер и расходы

⁷ Экономика сферы платных услуг / под ред. Жильцова Е.Н., Казакова В.Н. – Казань. 1996. – С. 127.

возмещаются за счет выручки. К таким услугам следует отнести такие услуги, оказываемые оптовых, розничных предприятий, предприятий общественного питания, транспорта, бытовых услуг и т.д.

К нерыночным услугам относятся услуги, издержки которых в основном оплачиваются из средств государственного бюджета и добровольных взносов (услуги органов государственного управления, соцобеспечения и др.)

Важное значение имеет классификация услуг, исходя из различных признаков (таблица 1.2)

Таблица 1.2

Классификация услуг

Признак классификации	Виды услуг
Условия возмещения конечной стоимости услуги	- платные; - бесплатные.
По форме собственности	- государственного сектора; - частного сектора; - смешанная форма собственности; - совместная собственность;
По отраслевому признаку	- бытовые; - образования; - здравоохранения; - культуры; - транспорта; - торговли; - связи и др.
По степени осязаемости	- услуги, удовлетворяющие духовные потребности людей; - бытовое, транспортное, общественное питание и др.
По месту предоставления услуги	- по месту нахождения поставщиков услуг, потребителей и посредников
По времени потребления	- постоянного, эпизодического, сезонного и периодического спроса.
По характеру взаимоотношений с потребителями услуги	- основные и дополнительные услуги
Тип заказчика	- потребительский; - производственные.
По форме движения услуги	- логистические
По дистрибуции	- дилерские; - франчайзинг; - розничная торговля; - оптовая торговля.

Составлено автором.

Обоснования классификация услуг имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

В условиях командно-административной системы сервисные услуги частично относили к сфере материального производства (торговля, общественное питание, заготовки, ЖКХ и др.). При этом наука, образование, здравоохранение, культура и др. – относились к непроизводственной сфере, что отражалось на их финансировании.

Приведенная выше классификация не является окончательной и характеризует в основном отличительные признаки услуг.

Вместе с тем, отдельные ученые приводят такие виды услуг как: деловые услуги, коммуникационные услуги, строительство и техническое обслуживание, образовательные, туристические и т.д. Нами в качестве дополнения внесен в классификатор такой вид услуг как логистические услуги (услуги авиакомпаний, морского, железнодорожного транспорта и т.д.), а также по принципу дистрибуции – франчайзинг.

В условиях реализации рыночных реформ, направленных на ускорение социально-экономического развития, стабилизации и обеспечения экономического роста, повышения конкурентоспособности на внутреннем и международном уровне, коренным образом изменяются экономические, технологические, производственные связи между хозяйствующими субъектами сферы услуг.

Особое место в сфере услуг отводится бытовым услугам, направленных на удовлетворение как периодических, так и ежедневных хозяйственно-бытовых потребностей людей.

К этим услугам можно отнести: «ремонт, окраска и пошив обуви, швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов, пошив и вязание трикотажных изделий, обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, изготовление и ремонт мебели, химическая чистка и крашение, услуги прачечных, фотоателье, парикмахерских и другие услуги».

Бытовые услуги отличаются значительным многообразием и массовостью потребления. В настоящее время в бюджете семьи возрастают расходы на приобретение товаров длительного пользования, что свидетельствует о повышении культуры населения.

Существуют различные подходы к определению категории «бытовые услуги».

Д.М. Исмоилова считает, что «Бытовые услуги – это труд, воплощающий в той или иной потребительной стоимости, которая способна удовлетворить личные потребности людей»⁸. На наш взгляд, автором делается упор на трудовую основу предоставления услуг с целью реализации ее потребительной стоимости. При этом не отражаются субъекты и форма предоставления этих услуг.

Отечественный ученый Д. Фозилханов считает, что «бытовые услуги представляют собой результаты деятельности субъектов по оказанию услуг в материальной и нематериальной форме по удовлетворению потребностей общества с целью повышения благосостояния населения»⁹. Это определение носит обобщенный характер и не отражает индивидуального подхода к оказанию бытовых услуг клиентам.

Ряд авторов под бытовыми услугами считают платные услуги, выполненные по индивидуальным заказам людей¹⁰. Здесь не выделены субъекты, цель и формы оказания бытовых услуг.

На наш взгляд, под бытовыми услугами следует рассматривать результаты деятельности экономических агентов, направленных на оказание услуг коллективного и индивидуального характера, как в материальной, так и

⁸ Исмоилова Д.Н. Формирование системы управления рынком бытовых услуг. Автореф. дисс. ... канд. экон. наук:08.00.05/Д.Н.Исмоилова – Душанбе: 2004, – С. 9.

⁹ Фозилханов Д.О. Формирование и развитие рынка бытовых услуг в сельских территориях Таджикистана.-Автореферат дисс. ... канд. экон. наук:08.00.05/Д.О.Фозилханов – Душанбе, 2009. –23с.

¹⁰ Социальная политика, уровень и качество жизни. Словарь – М.: Изд-во ВЦУЖ 2001. – С.18.

нематериальной форме с целью получения прибыли и удовлетворения личных и общественных потребностей.

В условиях рыночных преобразований сфера бытовых услуг играет важную роль в социально-экономическом развитии страны и выполняет следующие функции (рис. 1)

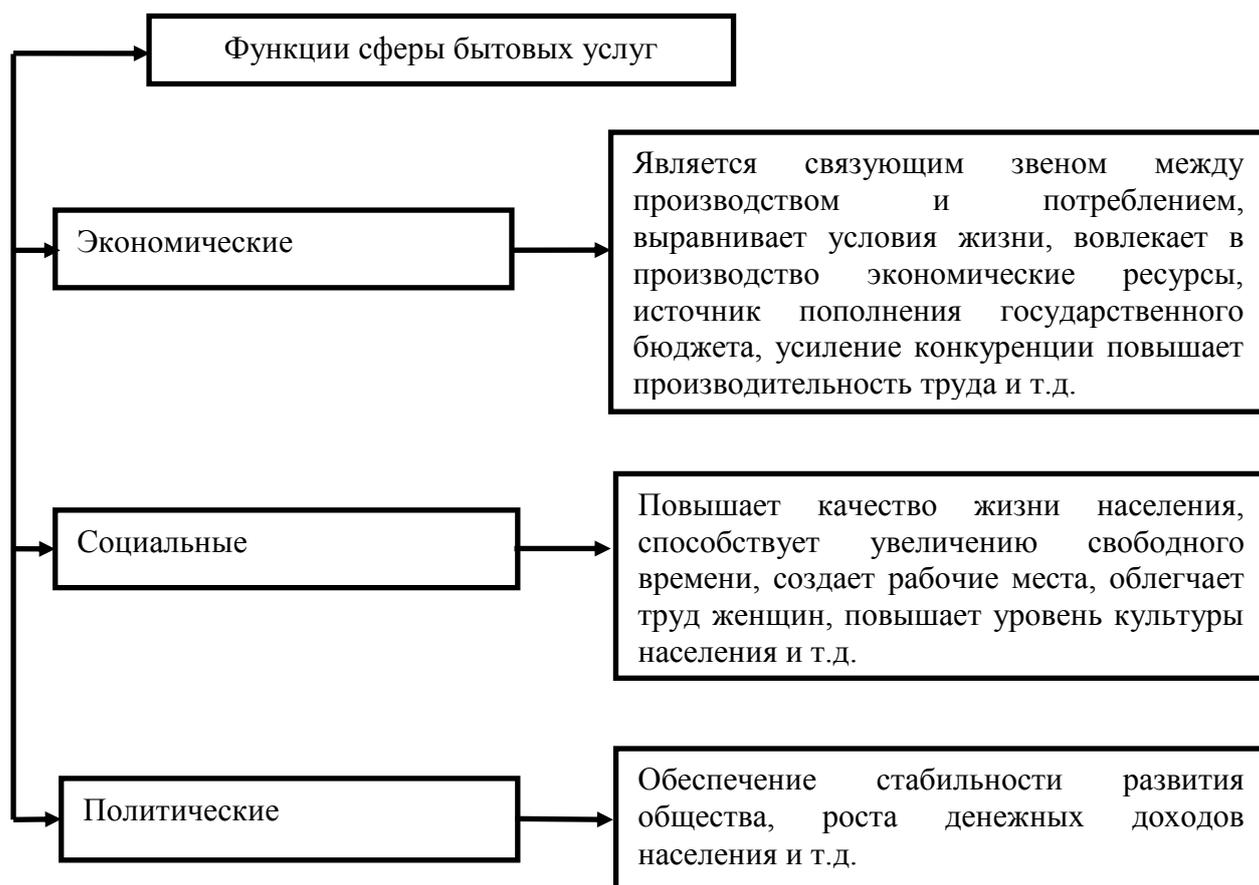


Рисунок 1 - Функции сферы оказания бытовых услуг населению

При изучении структуры и состава сферы бытового обслуживания, важным считаем оценку производственно-технического потенциала этой сферы, а также и выявить значение этой сферы рыночной системы. Данная сфера оказывает влияние на уровень макроэкономических показателей, а также между производством и потреблением, накоплением, трудовыми ресурсами и занятостью населения.

При этом воспроизводство в сфере бытовых услуг имеет особенности. Так технологическая структура основных фондов предприятий бытовых услуг в отличие от предприятий сферы материального производства, характеризуется

преобладанием стоимости зданий, сооружений (до 85,0%), машины, приборы, передаточные устройства и подвижной состав до 10,0%. В сфере материального производства соответственно: около 60,0% и 30,0%.

Однако существует зависимость сферы бытовых услуг от объема материальных ресурсов, что влияет рациональному размещению предприятий бытового обслуживания, учитывая потребности жителей. Вместе с тем, необходимо, чтобы материально-техническая база сферы услуг соответствовали современным требованиям, что предполагает их реконструкцию, модернизацию, строительство новых объектов.

Следует отметить особенность воспроизводства в сфере услуг такого важного фактора как трудовые ресурсы. Специфичность данного фактора заключается в непосредственном контакте производителя и потребителя, услуг, что оказывает значительное влияние на качество оказываемых услуг, что в свою очередь, зависит от уровня квалификации кадров.

Следует выделить особенности воспроизводства ресурсов, в сфере бытовых услуг выделяя ее ресурсоемкость и кадрового потенциала, роста фонд вооруженности и производительности труда.

Для сферы бытовых услуг научно-технический процесс не оказывает существенного влияния на трудосбережение, в связи с тем, что контакты между производителями и потребителями услуг имеют ярко выраженный индивидуальный характер творческой направленности. При этом применение современной техники и сервисных технологий требует значительных материальных затрат, доступности, комфортности для посетителей. Перечисленные выше факторы обуславливают объективную необходимость оптимизации размещения и деконцентрации производства бытовых услуг, в частности, оказываемых непосредственно населению.

В условиях рыночной экономики потребителями сферы бытовых услуг является население с высоким и средним уровнем доходов. Это позволяет обеспечить сбалансированность между спросом и предложением на рынке бытовых услуг. Вместе с тем, анализ функционирования сферы бытовых услуг

в Республике Таджикистан, свидетельствует о том, что низкий уровень денежных доходов населения ограничивает его доступность к бытовым услугам и вызывает необходимость заниматься самообслуживанием. Особенно ярко эти процессы проявляются в сельской местности, где уровень бедности остается высоким. Это привело к тому, что во многих населенных пунктах сельской местности функционирование предприятий бытового обслуживания ограничено или отсутствует.

В связи с тем, что на современном этапе значительную часть своих доходов население тратит на приобретение продовольственных товаров и сокращает потребительские расходы на приобретение товаров длительного пользования, спрос на соответствующие виды бытовых услуг (техническое обслуживание, ремонт) сокращается.

Сфера бытовых услуг в республике начала развиваться с середины двадцатого века. По потреблению бытовых услуг на душу населения Советский Союз отставал от США в 2 раза; обеспеченность бытовыми услугами составляла 75,0%.¹¹

После приобретения независимости в Республике Таджикистан были приняты ряд законодательных актов по развитию сферы бытовых услуг, в частности, Указ Президента Республики Таджикистан от 28 октября 1994 года по переходу сферы бытового обслуживания на коммерческие принципы работы. Для указанного периода характерно резкое сокращение объема бытовых услуг (63% от уровня 1990г), резкий рост цен на бытовые услуги (в среднем на 54,0%), ухудшение финансового положения предприятий сферы услуг, массовая приватизация, приведшая к сокращению числа предприятий и т.д.

Определенный толчок в развитии сферы бытовых услуг дал, приняты в 2013г. Закон Республики Таджикистан «О торговле и бытовом обслуживании», в котором определены общественные отношения по организации регулированию и контролю торговли и бытового обслуживания, а также

¹¹ Легорнев С.Н. Служба быта и рынок. / С.Н. Легорнев – М.: Знание, 1991. – С. 8.

созданию условий для их развития в целях удовлетворения спроса потребителей.¹²

В основе государственного регулирования сферы бытового обслуживания лежат политические, экономические и социальные интересы страны: защита внутреннего рынка услуг от иностранных конкурентов, поддержка предпринимателей, сохранение традиций народа создание рабочих мест, и др. поддержание стандартов в сфере бытового обслуживания и др.¹³

Преодоление сложностей и препятствий в развитии сферы бытовых услуг вывело её на другой качественный уровень.

Сегмент рынка бытовых услуг характеризуется в основном двумя направлениями:

- предприятия, направленные на высококачественное дорогостоящее обслуживание населения с высокими доходами;
- предприятия, оказывающие услуги массовым потребителям с низким уровнем доходов;

Для Таджикистана характерно в связи с относительно низкими доходами населения развитие второго типа предприятий: Особую роль должна сыграть и государственная поддержка, заключающаяся в предоставлении предприятиям различных дотаций, льгот, снижении налоговой нагрузки, особенно в сельской. Это позволит развивать предпринимательство в данной отрасли экономики и полнее удовлетворять потребности населения.

В последние годы наблюдается не только рост объема бытовых услуг, но и качества обслуживания.

Так, по данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан «объем платных услуг в 2017 году составил 10884,0 млн. сомони, что в 1,2 раза превышает уровень 2010 года, в том числе на душу населения – 1231,7 сомони, в 1,40 раза соответственно». Объем бытовых услуг за

¹² Закон Республики Таджикистан «О торговле и бытовом обслуживании», от 28.03.2013г. – Душанбе, 2013.

¹³ Раджабов Р.К., Саломова У.Т. «Некоторые подходы к регулированию сферы бытового обслуживания в Таджикистане» // Душанбе, Вестник ТГУК. – С. 18.

анализируемый период возрос на 85,6% и составил – 3908,3 млн. сомони. Доля сферы бытовых услуг в ВРП республики в 2017г. составила 7,2%.¹⁴ Показатели свидетельствуют о наличии тенденции устойчивого роста сферы услуг в целом и бытовых услуг в частности.

На сложившуюся ситуацию оказывает влияние различные факторы, основными из которых являются следующие:

1. Высокий уровень ликвидности (доходности) услуг, большинство из которых потребляются в процессе производства.

2. Территориальная сегментация и локальный характер

3. Рост благосостояния населения за счет роста денежных доходов и сокращения расходов на продукты питания, что свидетельствует о повышении качества жизни населения.

4. Краткий срок оплаты услуги.

5. Применение достижений научно-технического прогресса на предприятиях бытового обслуживания, что способствует расширению перечня предлагаемых услуг, повышению скорости и качества обслуживания потребителей.

6. На основе общественного разделения труда происходит перераспределения рабочего и свободного времени в пользу последнего. Это способствует духовному росту населения, организации досуга и т.д.

7. Демографическая ситуация в стране, рост продолжительности жизни населения, что влечет за собой увеличение спроса на бытовые услуги, особенно людей пожилого возраста.

8. Рост числа женщин, занятых общественно полезным трудом, сокращающим время занятия трудом в домашних условиях и вызывающим необходимость роста спроса на внедомашние бытовые услуги.

9. Техническая оснащенность организации домашнего хозяйства: увеличение в домашнем обиходе технических средств, требующих по мере износа их ремонта, обслуживания и т.д.

¹⁴ Статистический ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе, 2018. - С. 417.

Активизации процессов в сфере бытовых услуг на современном этапе препятствует ряд причин, которые сводятся к следующему:

- отсутствие достаточных оборотных средств;
- слабая законодательная база, не создающая условий для защиты представителей малого бизнеса и потребителей;
- отсутствие соответствующей рыночной инфраструктуры;
- высокий уровень коррупции;
- высокие проценты за кредит;
- бюрократические барьеры и т.д.

Обладая специфическими свойствами, сфера бытовых услуг, основываясь на личностных контактах потребителей и производителей, имеет ярко выраженную комплексную направленность деятельности ее работников, что наполняет экономические показатели социальным содержанием.

Таким образом, сфера бытовых услуг является важным сектором национальной экономики, способствующим повышению эффективности общественного производства, повышению уровня и качества жизни населения.

1.2. Методические подходы к определению социально-экономической эффективности бытового обслуживания

Важное значение для развития экономики на макро- уровне имеет эффективность функционирования хозяйствующих субъектов на микро - уровне, являющихся основой народнохозяйственного комплекса страны.

В экономической литературе различают внешнюю и внутреннюю эффективность.

Внешняя эффективность отражает как экономический, так и социальный эффект и имеет цель достижения конечных социально значимых результатов деятельности сферы бытовых услуг и определяется по достижению стратегических целей.

Внутренняя эффективность нацелена на решение тактических задач и в итоге приобретает форму коммерческого эффекта. При этом в иерархии целевых установок внутренняя эффективность занимает подчиненную позицию по отношению к внешней.

В комплексе эффективность хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг определяется их объемом, ассортиментом, а также качеством обслуживания потребителей.

Критерии оценки объема предоставляемых услуг, а также качества обслуживания потребителей для каждого вида услуг различны в связи с их спецификой. При этом особое значение имеет социально-экономическая эффективность предприятий сферы бытовых услуг, которая в значительной степени зависит от качества обслуживания.

В зарубежной литературе при определении критериев социально-экономической эффективности выделяют следующие этапы:

- первый этап – критерий эффективности, применяют к экономическим агентам. Здесь выделяем работы И. Шумпетера, В. Парто и представителей неоклассической школы. Одновременно, представителями индустриальной социологии, такими как М. Вебер и других исследовались факторы социальной эффективности.¹⁵

- второй этап – экономическая категория эффективности «стала рассматриваться в совокупности как социально-экономическая», выделяя при этом такие структурные составляющие как результативность и эффективность.¹⁶

Анализ экономической литературы, показывает, что среди отечественных и зарубежных ученых (Емельянова Т., Кравченко В.П., Смагина И.Г., Факеров Х.Н., Хабибов С.Х., Раджабов Р.К., Саидова М.Х., Сангинов Н.С. и др.) существуют различные подходы к оценке и проблемах эффективности

¹⁵ Маркова В.Д. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: / учебник В.Д. Маркова -М., 2011. – С. 516.

¹⁶ Васильева О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции. – М.: Экономика, 2009. – С. 175.

деятельность хозяйствующих субъектов. Исследования сконцентрированы в основном на двух направлениях: экономическом и социальном. В этих работах рассматриваются вопросы повышения результатов производственно-финансовой и хозяйственной деятельности и проблемы социальной эффективности предприятий. Данный подход предусматривает использования категории «эффективность» учитывая мнению представителей неоклассической школы.

В зарубежной литературе следует выделить мнения П. Друкера, который понятие эффективность рассматривает, как соотношение затрат к результатам, характеризующий влияние способов организации труда на уровень достигнутых результатов деятельности¹⁷. Это автор считает, что результативность это отражением эффективности. Его точки зрения получило развитие в работах многих ученых за рубежом, в частности, в представлении таких моделей как: целевые (Л. Роббинс, П. Нубер, Т. Бернс и др.); системные (Э. Юхтмен, С. Сгинор); стратегических составляющих (Д. Майлс, Г. Минцберг) пошагового развития; комплексная модель (Д. Синк, Р. Холл, Т. Коно) и др.

Российскими экономистами, такими как Г. В. Савицкая, В.В. Ковалев, К. Рихтер, В. Баканов, опираясь на неоклассическую школу политэкономии, разработан комплекс показателей финансово-хозяйственной деятельности, дающий возможность получить комплексную оценку соотношения затрат хозяйствующих субъектов к полученным результатам.

В настоящее время в экономической науке, в основном, рассматриваются несколько моделей, отражающих в значительной степени экономическую направленность категории «эффективность», что свидетельствует о многообразии использования значения данного понятия.

Мы согласны с мнением ученых и обобщая выше изложенное целесообразно, на наш взгляд, под экономической эффективностью следует

¹⁷ Жильцов Е.Н. Развитие сферы услуг в условиях рыночной экономики //Вестник МГУ серия «Экономика»-№5, 2009. – С. 53-61.

рассматривать результат, рассчитываемый как соотношения между результатами хозяйственной деятельности и затратами¹⁸.

В обобщенном виде социальную эффективность можно определить, как количественное соответствие деятельности хозяйствующих субъектов социальным общественным потребностям.

Между экономической и социальной эффективностью существует взаимосвязь. Экономическая эффективность поддается количественному измерению посредством статистических показателей. Социальная эффективность обычно измеряется качественными показателями, полученными в результате анкетных опросов, социальных наблюдений и т.д.

Показатели экономической и социальной эффективности сферы бытовых услуг представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Показатели экономической и социальной эффективности предприятий бытовых услуг

Блок 1	Показатели
Экономическая эффективность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Темп роста объема бытовых услуг. 2. Рентабельность хозяйственной деятельности 3. Рентабельность капитала 4. Тенденции изменения фондоотдачи основных фондов 5. Тенденции изменения оборачиваемости оборотных средств 6. Коэффициент удовлетворения временем обслуживания 7. Темп изменения уровня издержек 8. Доля предприятия на рынке 9. Индекс цен 10. Темп изменения производительности труда
Блок 2	Показатели
Социальная эффективность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коэффициент удовлетворения качеством услуг 2. Коэффициент удовлетворения ассортиментом услуг 3. Коэффициент удовлетворения качеством сервиса 4. Коэффициент удовлетворения режима работы предприятия 5. Коэффициент удовлетворения уровнем рекламно-информационной работы

Источник: составлено автором

¹⁸ Большая советская энциклопедия, БСЭ, 2012 г. – С. 25.

Экономическая эффективность - важнейший показатель развития субъектов различного уровня и характеризуется комплексом показателей являющихся основой количественного и качественного анализа, управления и прогнозирования.

На наш взгляд, важнейшими критериями оценки экономической эффективности являются: эффективность использования экономических ресурсов, результативность хозяйственной деятельности, положение на рынке предприятия бытового обслуживания.

Оценкой и раскрытием экономического содержания категории социальная эффективность в своих трудах занимались различные ученые, в том числе Н. А. Витке, А. Холопов, Г. В. Осипов, А. Д. Шеремет и другие.

Социальная эффективность характеризуется качеством хозяйственной деятельности, сервиса, обслуживания.

Каждый блок рассматривается как относительно обособленная система с аналитическими показателями, образующими синтетические показатели. Объективное определение причинно-следственных связей указанных показателей оказывает влияние на результат деятельности.

Расчет интегрального коэффициента экономической и социальной эффективности производится по формуле:

$$Э_{кэс} = \sqrt{K_{ээ} \times K_{сэ}} \quad (1.1)$$

где: $K_{ээ}$ – коэффициент экономической эффективности;

$K_{сэ}$ - коэффициент социальной эффективности.

Эффективность и конкурентоспособность деятельности предприятий сферы услуг определяется различными факторами, одним из которых является качество обслуживания потребителей.

Качество обслуживания характеризуется такими показателями: как компетентность работников, умение их адаптироваться к различным ситуациям, коммуникация, безопасность, этика поведения, обходительность и др.

Оценка качества обслуживания определяется уровнем соответствия желаний клиента фактическому обслуживанию в реальных условиях.

В общегосударственном классификаторе Республики Таджикистан «Услуги населению» качество обслуживания рассматривается как совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных и предполагаемых потребностей клиента.

Ученый К. Гронруз считает, что «качество может рассматриваться как с технической, так и функциональной точек зрения. Техническое качество услуг определяется по физическим характеристикам. Функциональное - это качество процесса предоставления услуг, при котором клиенты взаимодействуют неоднократно с сотрудниками предприятия»¹⁹.

В настоящее время многие предприятия определяют качество как соответствие нормам, которые, в условиях быстро меняющейся рыночной среды также подвержены изменению и модификации, т.к. потребности потребителей постоянно растут.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, содержание дефиниции «качество» применительно к сфере бытовых услуг можно свести к следующему:

1. Качество – предоставление услуг, соответствующих потребностям заказчиков.

2. Качество – это компетентно, комфортно оказанные услуги, что предполагает высокий уровень межличностных отношений персонала и потребителей.

3. Качество – это обеспечение высокого уровня предоставляемых услуг и его повышение.

Обеспечение постоянной тенденции повышения качества обслуживания должно быть стратегической задачей, т.к. формирует конкурентное

¹⁹ Терещенко Н.Н. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли / Н.Н, Терещенко – М., 2008. – С. 105.

преимущество, которое в условиях растущей, конкуренции между хозяйствующими субъектами является необходимым условием стабильного развития хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг.

Обобщая выше изложенное, качество обслуживания, на наш взгляд, можно определить, как совокупность свойств услуги, обуславливающих её пригодность удовлетворять некоторые потребности в соответствии с их назначением на высоком качественном уровне.

Наличие качественного обслуживания является признаком уровня развитости, цивилизованности потребительского рынка.

К основным показателям, характеризующим качество обслуживания в сфере бытовых услуг относятся следующие показатели:

- назначения;
- безопасности;
- надежности;
- профессионализма персонала и др.

Показатели качества обслуживания представлены на рисунке 2.

Кроме показателей качества, перечисленных выше, следует отметить и такие, как экологические, эстетические, эргономические, патентно-правовые и др.

Мы считаем, что показатель качества обслуживания охватывает количественную характеристику одного или несколько свойств услуги, составляющих её качество²⁰ (рис.2).

Количественный показатель качества обслуживания применяется при формировании номенклатуры показателей качества определенных групп однородных по содержанию услуг; при разработке рекомендации по оценке их соответствия стандартам и нормативам; при разработке правил эксплуатации ремонта, предъявления рекламации на результаты услуги и на процесс их оказания; при определении номенклатуры показателей качества в договорах.

²⁰ Герасимов Б.И. Управление качеством. –М.: КНОРУС, 2012. – 272 с.

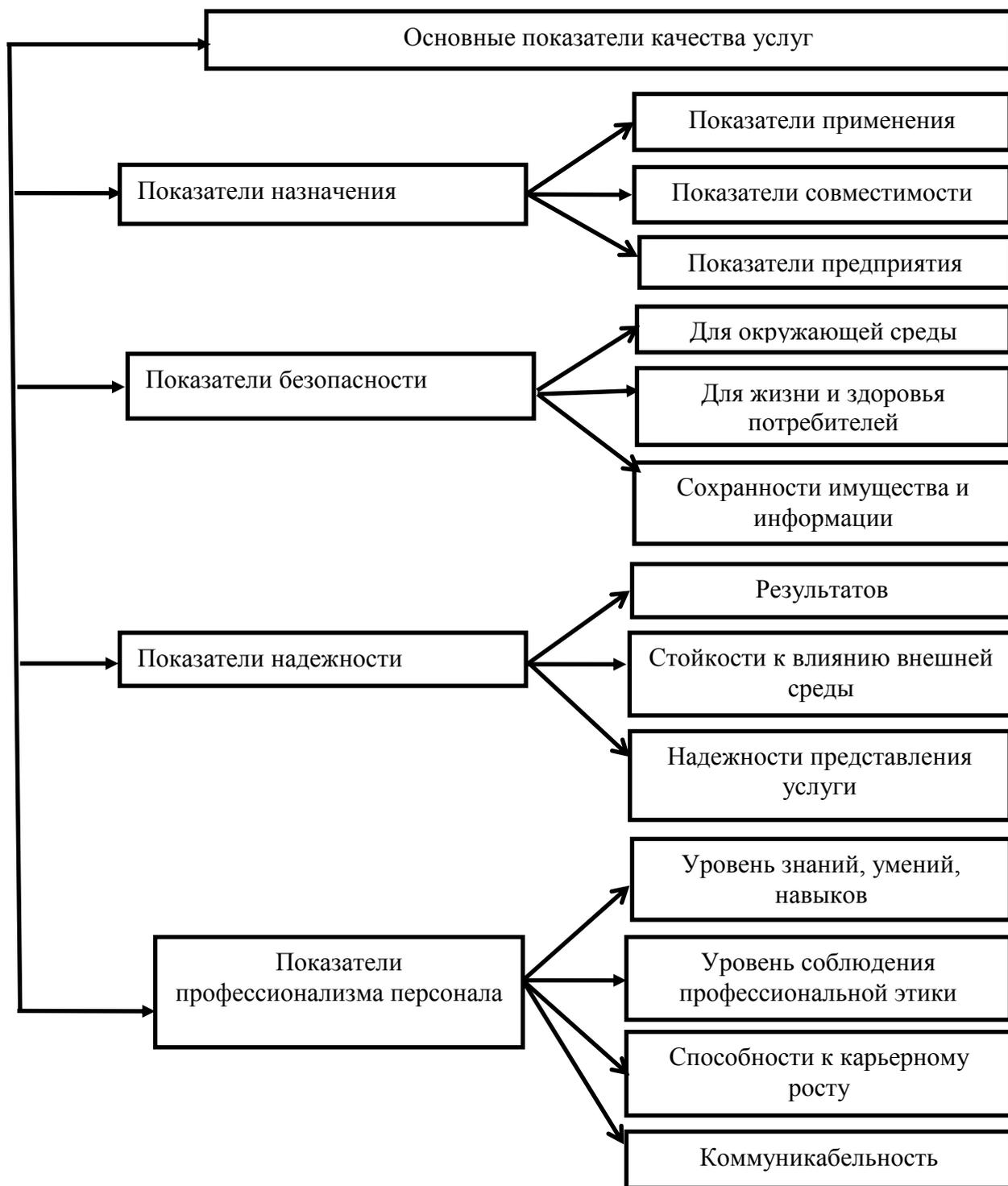


Рисунок 2 - Показатели качества обслуживания (составлено автором)

Нами выделены основные направления включающие показатели качества обслуживания, близкие по своим свойствам:

1. Комплексность обслуживания – характеризует совокупность методов и форм обслуживания, связанных с реализацией услуг и организацией отдыха;

2. Качество труда персонала предприятия - включает высокий уровень профессионализма, владение знаниями, умениями, навыками, этической и эстетической культуры;

3. Качество материально-технической базы предполагает соответствие предприятий сферы бытовых услуг санитарно – гигиеническим нормам, обеспечение необходимым оборудованием, инвентарем;

Важную роль в повышении эффективности имеют показатели информированности услуг, к которым можно отнести: сведения об ассортименте услуг, исполнителях, правилах и условиях их оказания, правах потребителей услуг, уровень соответствия персонала квалификационным характеристикам, юридической основе функционирования предприятия.

Качество обслуживания во многом зависит от контроля, т.е. комплекса процедур, процессов и ресурсов, для обеспечения руководства качественным обслуживанием потребителей. С целью организации управления следует реализовать следующие этапы: определить цель, место, объект управления.

Цель управления качеством обслуживания потребителей заключается в обеспечении соответствия нормативам и стандартам существующего уровня оказания услуг.

Поэтому основными принципам качества обслуживания потребителей услуг следует считать:

- удовлетворение потребностей посетителей;
- ориентация на функциональный процесс;
- совершенствование функционального и информационного процессов, документооборота;
- коллективный подход сотрудников к повышению качества обслуживания клиентов;
- обоснованный подбор и расстановка кадров согласно должностных обязанностей;
- комплексный подход к решению задач по повышению качества обслуживания и др.;

На практике при оценке качества обслуживания применяются различные методы: «мозгового штурма», причинно-следственная диаграмма Исикавы, диаграмма Парето, CAP, DTR, «SERVQUAL», TQM и др.

Определенный интерес представляет диаграмма Каеру Исикава. Содержание методики заключается в следующем:

Все факторы, влияющие на показатели качества, делятся на три группы: первого порядка (главные) второго и третьего порядка затем, и при их определении целесообразно использовать метод «мозгового штурма».

Затем удаляются факторы, не поддающиеся влиянию или компенсации их воздействия; оценка степени влияния каждого наиболее мелкого фактора, на который можно повлиять.

Потом производят разделение факторов, влияющие на исследуемую проблему на основные и несущественные, используя при этом диаграмму Парето «в основе, которой лежит принцип 80/20, суть которого состоит в том, что 20% причин приводит к 80% проблем. Отсюда задача сводится к тому, чтобы выявить эти причины и сконцентрировать усилия по их устранению».

К методу непрерывного повышения качества всех организационных процессов относится метод Total quality Management (TQM), содержание которого сводится к тому, что предприятие должно работать не только над качеством услуги, но и над качеством организации работы, включая работу сотрудников. При этом совершенствование качества оказываемой услуги, качества организации процессов, высокий уровень квалификации персонала дают возможность быстро и эффективно развивать предпринимательскую деятельность²¹.

Качество характеризуется такими категориями: «степень реализации требований клиентов, рост финансовых показателей организации, повышение удовлетворенности работников своей деятельностью»²².

²¹ Панков С.А. Современная классификация предприятий сферы услуг // Красивый бизнес. - 2007. №2. – С. 94-102.

²² Петров А.Т. Методические аспекты управления качеством жизни населения. Монография. – Boston, 2005. – С.157.

Важное значение в оценке качества обслуживания имеет применяемая во многих странах методика SERVQUAL - это комплексная шкала для измерения потребительского восприятия качества сервиса²³

Рассматриваемая методика базируется на следующих пяти критериях:

1. «Надежность – способность выполнять с точностью полный объем услуги.
2. Отзывчивость – желанием оказать быструю помощь потребителя.
3. Убедительность – компетентность, ответственность, вежливость обслуживания персонала, что предполагает знание им ценных свойств услуги, её выгодность.
4. Сочувствие – выражение заботы, индивидуальный подход к клиенту.
5. Материальность – возможность увидеть оборудование, персонал, наличие информационно-коммуникационных материалов»²⁴

При рассмотрении взаимоотношениях потребителей и персонала предприятия важное место занимает кадровый состав (таблица 1.4).

Таблица 1.4

Взаимосвязь поведения потребителей и кадров предприятия

Модель поведения потребителя	Реакция кадрового состава
Любит пообщаться, поговорить	Слушать потребителя, проявляя уважение
Чувствует неуверенность	Помочь советами, объяснить
Потребитель не знает, что сказать	Использовать искусство внушения, обратить внимание на специальные предложения
Потребитель молчалив	Быть терпеливым, сделать необходимые пояснения

Составлено автором

По рассмотренной этой методике используются следующие основные подходы: «самооценка производителя услуг; оценка качества обслуживания сторонней организацией, потребительская оценка качества обслуживания».

²³ Сюткин Г.Н., Семенов М.Ю. Сертификация безопасности и качества услуг: Учебник пособие. – М.: МГУС, 2001 – С.160.

²⁴ Заяц Е.Ю. Оценка качества бытовых услуг с применением модели Mystery shopping // Сб. научных трудов. Актуальные вопросы современной науки. –М.: Перо, 2012. – С. 294-298.

Основная цель применения методики SERVQUAL является измерение уровня разрыва между ожиданиями покупателей и их восприятием, а полученная информация используется в виде показателя эффективности деятельности, характеризующие ее финансово – хозяйственную деятельность²⁵.

Уровень качества оказываемой бытовой услуги определяется на основе использования анкетного метода, и пять критериев качества обслуживания «Q»:

1. «Квалификация, компетентность работников;
2. Условия обслуживания;
3. Этичность сотрудников;
4. Отношение персонала после оказания услуги;
5. Качество работы предприятия и его возможности по предоставлению услуги».

Важно отметить, что по критериям 4 и 5 проведены все характеристики, по критерию 1,2 и 3 – по четырем характеристикам. Характеристика каждой критерии оценивается по 5 – балльной шкале Лайкерта²⁶ для ожидаемой и полученной услуги.

На втором этапе проводится анкетный опрос респондентов – пользователей данной услуги конкретного предприятия (Приложение 1).

На следующем этапе потребителю предлагают анкету, в которой обращаются с просьбой высказать ожидания относительно предложенных пяти критериев.

На основе полученных результатов определяется средняя оценка по каждой пяти групп для восприятия и для ожидания. Используя метод средних значений, средние показатели по 22 характеристикам группируют в общий индикатор качества на уровне конкретного предприятия.

Результатам исследования на основании методики SERVQUAL позволяют сформулировать вывод о том, что: если значения индикаторов

²⁵ Сюткин Г.Н., Семенов М.Ю. Сертификация безопасности и качества услуг. – М.: МГУС, 2001. – С. 160.

²⁶ <https://go.mail.ru/search?q=шкала+лайкерта> (дата обращения 15.01.2019г.)

положительные или равны нулю, то работу предприятия по оказанию бытовых услуг можно оценить, как положительную. На оценку «удовлетворительно» оценивается результат, при котором индикаторы качества максимально приближены к нулю. Когда отрицательные значения индикатора дальше от нулевой отметки, тем ниже уровень качества оказываемых услуг и удовлетворенность потребителей.

Таким образом, чтобы укрепить конкурентные позиции хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг в условиях усиливающейся конкуренции на потребительском рынке, необходимо постоянно стремиться к повышению качественного уровня обслуживания посетителей, используя различные формы и методы. На основе изучения и обобщения существующих методик, нами в процессе исследования с учетом достоинств и недостатков каждого из них, использован метод оценки качества обслуживания SERVQUAL.

Для эффективности применения методов оценки функционирования и качества обслуживания необходимо соответствующее информационное обеспечение состояния и перспектив развития предприятий. Статистический учет в сфере услуг ведется с 1985г. по основному показателю «Общий объем платных услуг населению». В условиях рыночных отношений возникла потребность в отражении не только объема, но и эффективности деятельности предприятий по оказанию услуг, что нашло свое воплощение в 1995 году.

Учет объема оказания различных услуг, в том числе бытовых, целесообразно проводить по каждому виду услуг, т.к. каждая из них имеет специфический характер.

Информационной базой государственного регулирования сектора бытовых услуг может служить аналитическая система мониторинга сферы бытовых услуг. Методологическим обеспечением управления процессом развития бытовых услуг являются:

- сбор информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятий;

- разработка методологических рекомендаций по комплексному анализу состояния и перспектив развития предприятий сферы бытовых услуг;
- оценка влияния факторов на финансово-хозяйственную деятельности предприятий и эффективности использования экономических ресурсов;
- анализ влияния государственной поддержки на развитие предприятий сферы бытовых услуг;
- комплексный анализ состояния предприятий сферы бытовых услуг;
- разработка рекомендаций по повышению эффективности функционирования и качества обслуживания предприятий сферы бытовых услуг, созданию рабочих мест для предприятий различного уровня.

Для совершенствования системы воздействия государственных структур на социально-экономические процессы целесообразно формирование мониторинга бытовых услуг, что предполагает организацию постоянной системы наблюдений, анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка бытовых услуг различных территориальных образований стране.

Организация мониторинга включает комплексный анализ экономической составляющей деятельности предприятий с учетом особенностей менталитета, исторических традиций, культурного уровня народа.

Применение мониторинга дает возможность качественно повлиять на механизмы принятия научно-обоснованных методов управления предприятиями сферы бытовых услуг.

На качество обслуживания в сфере бытовых услуг оказывают влияние различные факторы, которые в комплексе представлены на рисунке 3.

Подробнее рассмотрим влияние внешних факторов.

Политико-правовые факторы оказывают влияние на качество обслуживания путём разработки государственными структурами посредством кредитно-денежной, таможенной, налоговой ценовой политики, основ ведения хозяйственной деятельности предприятиями сферы услуг. Государством осуществляется контроль за качеством выпускаемой продукции, услугами на потребительском рынке.



Рисунок 3- Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на качество бытового обслуживания (составлено автором)

К экономическим факторам следует отнести уровень денежных доходов населения, конкуренции, соотношение спроса и предложения. С ростом доходов, культуры населения растет спрос на предлагаемые услуги, что в свою очередь, способствует увеличению объема производимых услуг, прибыли, расширению возможностей хозяйствующих субъектов по повышению качества оказываемых услуг.

На современном этапе усиливается конкуренция на потребительском рынке, в том числе в сфере бытовых услуг. С целью обеспечения конкурентных преимуществ, предприятиям необходимо улучшить качественные

характеристики услуг, совершенствовать технологию, методы и способы предоставления услуг, соответствующих современным требованиям.

Содержание социально-культурных и психологических факторов заключается в уровне жизни населения, национальных традициях, культуре народа. С ростом социально-культурного уровня, население предъявляет более высокие требования к качеству услуг сферы бытового обслуживания.

Одним из факторов, влияющих на качество обслуживания, является демографическая ситуация в стране: т.к. каждая группа населения по полу, возрасту, профессии предъявляет различные требования к объему и качеству услуг; на качество услуг бытового сектора также влияют природно-климатические и экологические факторы.

Внутренние факторы включают такие составляющие как технические, кадры, основной, оборотный капитал, информация, менеджмент и др.

Изучение, учет, прогнозирование влияния факторов внутренней и внешней среды позволят обеспечить эффективное управление предприятиями сферы бытовых услуг, повысит доходность и конкурентоспособность.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что для оценки социально-экономической эффективности деятельности предприятий бытового обслуживания и качества предоставляемых ими услуг применяются различные методики. Нами в процессе анализа использована методика «SERVQUAL», позволяющая сравнить ожидания покупателей с их восприятием качества оказанных услуг, что позволит сбалансировать предложение и спрос на предоставляемые услуги.

Важное значение в решение данной проблемы имеет опыт организации бытовых услуг в странах ближнего и дальнего зарубежья и возможности его применения в условиях Республики Таджикистан.

1.3. Зарубежный опыт организации бытового обслуживания населения

Современный этап характеризуется в жизни мирового сообщества бурным развитием сферы услуг. Уровень ее развития стал одним из основных критериев развития экономики. Государство может войти в число развитых стран, если доля сферы услуг в создании ВВП составляет не менее 60%. «Многие отрасли по производству услуг приобрели ключевое значение для функционирования экономики в долговременном плане, стали «локомотивами» научно-технического и социально-экономического развития страны».²⁷ При этом по-прежнему важную роль играют традиционные отрасли сферы услуг, в том числе бытовые услуги.

Важное значение имеет участие сферы услуг в создании ВВП (таблица 1.5)

Таблица 1.5

Доля отраслей сферы услуг в ВВП промышленно развитых странах
за в 2016 год (в %)

Показатели	Америка	Франция	Италия	Япония	Англия
Всего в т. ч.	80,20	78,90	73,90	69,30	76,50
деловые услуги	28,3	26,3	31,2	20,0	23,5
торговля, общественное питание, гостиничные услуги	16,8	16,9	19,2	13,8	13,7
социальные и личные услуги	13,8	8,9	4,1	21,7	13,4
услуги государственного сектора, включая социальные	12,6	17,5	11,4	7,6	7,8
транспортные услуги	6,0	5,0	8,0	6,2	8,0

Составлено автором на основе данных источника: Структура ВВП стран мира – infoTables.ru

В настоящее время в большинстве развитых стран доля сферы услуг в ВВП, по официальным данным, варьируется в пределах от 50 до 75%. Так, в США она составляет 80,2%, Швеции – 76,0%, Франции – 78,9%, Великобритании – 76,5%, Канаде – 70,2%, Германии – 69,3%, ЕС – 74% и т.д.

²⁷ Супян В.Б. Экономика США. – Спб. Питер, 2010 г., - С. 125.

По количеству занятости населения мира первое место занимает сфера услуг, на которую приходилось по данным за 2017 г. – 1 млрд. 910 млн. человек (31,8%).

В разрезе отраслей в экономике развитых стран основное место занимают, как свидетельствуют данные таблицы 1.5, деловые услуги и торговые услуги.

В странах СНГ на долю сферы услуг приходится: Россия – 62,3%, Казахстан – 60,8%, Молдова – 64,8%, Киргизстан – 53,2%, Украина – 58,7%, Узбекистан – 47%, Таджикистан – 46%. (2016г.).

Применительно к Республике Таджикистан за счет сферы платных услуг создается около 19% ВВП. (без торговли, общественного питания) Значительная часть средств поступает в государственный бюджет, создаются рабочие места, что является немаловажным в условиях трудоизбыточной страны.

В развитых странах сфере бытовых услуг отводится важное значение в обеспечении жизнедеятельности населения и социально-экономическом развитии общества.

На ее долю в потребительском бюджете Америки в среднем приходится – 31,0%, Англии – 37,0%, Швеции – 41,0%, в России – 14,0%.

При формировании и развитии сферы бытовых услуг полезно использовать опыт зарубежных стран. В большинстве из них бизнес представлен малыми и средними предприятиями частной собственности.

Так в США доля личной собственности семьи составляет от 70 до 80% в объеме бытовых услуг всех форм собственности, в Китае – около 90%.²⁸

В Таджикистане большинство предприятий относится к частной и коллективной формам собственности. В республике организацией бытового обслуживания занимаются в основном предприятия малого бизнеса, из них на собственность юридических лиц приходится 67,0%; физических лиц – 33,0%. К

²⁸ Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. К. Хаксевер и др. – СПб-Питер, 2002, - С. 752с.

важной специфической характеристике деятельности предприятий бытового обслуживания относится их диверсификация со стороны профильных предприятий и осуществление различных видов непрофильных работ.

В условиях трудоизбыточности страны одним из направлений развития бытовых услуг, особенно в сельской местности, является развитие ремесла с использованием национальных традиций. В этой связи Президентом Республики Таджикистан многоуважаемый Эмомали Рахмон 2018г. объявлен годом туризм и ремесленничества. Обычно к ремесленникам относят людей, осуществляющих свою деятельность за свой счет самостоятельно, имеющих определенную квалификацию, которые могут привлекать к деятельности членов семьи и учеников.

Во Франции большое влияние уделяется развитию ремесленничества, в связи с чем, при департаментах организованы ремесленные палаты, в функции которых входят ведение реестра, обучение, повышение квалификации, выдача соответствующих документов, оказание поддержки в развитии бизнеса и решении проблем экономического, социального, законодательного характера ремесленников.

В Германии к ремесленникам предъявляют следующие требования: наличие обязательной регистрации в ремесленной палате; обладать свидетельством квалификации; участие в профессиональной федерации по ремеслам в стране. Ремесленные палаты образованы по географическому принципу и осуществляют контроль за профессиональными федерациями на основе законодательных норм и нормативов, организуют экспертизы, консультации, обеспечивают связи со СМИ, оказывают таможенные, образовательные и другие услуги.

В Италии в категорию ремесленников включают предприятия, занимающиеся традиционными и художественными промыслами, без ограничения числа рабочих. При этом у них должно быть не более 10 учеников. Ремесленником в стране предоставляются льготы по налогообложению.

Для индустриально развитых стран характерно оснащение предприятий бытового обслуживания новейшими видами оборудования и прогрессивными технологиями, развивающихся в связи с достижениями в этой сфере НТП и усиливающейся конкуренцией среди предприятий.

Наиболее доходными и динамично развивающимися направлениями в сфере бытовых услуг Америки и стран ЕС являются услуги химчисток, прачечных, салоны здоровья и красоты. При этом характерным является развитие сетевого бизнеса с использованием франшизы.

Государство играет активную роль в регулировании сферы бытовых услуг, в частности, контроль за уровнем профессионализма персонала, выдачи лицензии и др. Во многих странах организованы отраслевые Союзы и Ассоциации, лоббирующие интересы хозяйствующих субъектов.

Предприятия сферы бытовых услуг расположены в основном в шаговой доступности к клиентам и основаны на частной собственности. К особенностям развития предприятий сферы бытовых услуг за рубежом можно отнести:

1. Хозяйствующие субъекты этой сферы являются наиболее массовыми и распространенными на рынке потребительских услуг. По числу они значительно превышают количество медицинских учреждений, предприятия отдыха, общественного питания. Их отличают небольшие размеры и простые технологии, что позволяет максимально приблизить к индивидуальному потребителю услуг и сократить время обслуживания.

2. Большой объем услуг по ремонту товаров длительного пользования – телевизоров, холодильников, стиральных машины и другой бытовой техники осуществляют специализированные магазины по торговле данной группой товаров. Так, в США, многие розничные предприятия оказывают фотоуслуги в комплексе с реализацией товаров, обеспечением населения горячей пищей. Такая форма является прогрессивной и позволяет оказывать разносторонние услуги.

3. В современных условиях с целью повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий бытового обслуживания за рубежом

большое распространение получили бизнес-сети, представляющие собой объединение предприятий в одну компанию, что позволяет сократить издержки, унифицировать технологические процессы, систематизировать менеджмент, маркетинг, закупки, логистические операции. Сетевая модель бизнеса в сфере бытовых услуг доказала свою эффективность во многих странах, особенно в таких «секторах» как «Прачечные, химчистки», «Фитнес», парикмахерские и салоны красоты и др.

4. Обычно предприятиями бытового обслуживания обслуживается определенный постоянный круг клиентов, проживающих на ограниченной территории (к примеру, для прачечных и химчисток по решению ассоциации территория функционирования ограничивается радиусом 2 км). Для большинства клиентов ведутся открытые счета.

5. Предприятиями бытового обслуживания, расположенных в местах потоков клиентов формируются специальные зоны, зоны обслуживания по принципу «зайти по дороге», «заезжай по дороге», размещенные вдоль автодорог, тротуаров, что позволяет создать максимум удобств клиентам, сэкономить их время.

6. Диверсификация деятельности предприятий бытового обслуживания за счет организации розничной торговли.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что в развитых странах сфера бытовых услуг имеет важное значение в обеспечении жизнедеятельности населения и социально-экономическом развитии государств.

Заслуживает внимания также опыт развития сферы бытовых услуг в странах СНГ.

В процессе рыночных преобразований в Республике Узбекистан произошли значительные структурные сдвиги, характеризующиеся ускоренными темпами развития сферы услуг и повышением их роли в экономике страны и социальном развитии общества. Так, доля сферы услуг в ВВП страны за период с 2000 по 2017 гг. возросла с 37,0% до 54,5%;

численность занятого населения в сфере услуг в общей численности занятых с 41,0% до 50,3% соответственно.²⁹

В стране большое значение придается данному сектору экономики в связи с формированием рыночной экономики с социальной ориентацией. Развитый сектор услуг, в том числе бытовых, способствует улучшению качества жизни населения, устраняет предпосылки для возникновения острых социальных конфликтов.

На современном этапе развития республики можно констатировать тот факт, что достигнут приемлемый уровень развития сферы услуг.³⁰ По рекомендациям Всемирного банка доля услуг в ВВП в зависимости от специфических особенностей той или иной страны (доход на душу населения, численность населения) может колебаться в пределах 45-51%.³¹

Сложившаяся ситуация в Республике Узбекистан обусловлена влиянием следующих факторов:

- реформирование экономики и развитость товарно-денежных отношений, свобода предпринимательской деятельности;
- рост реальных доходов населения (за годы независимости более, чем в 9 раз);
- развитие сферы услуг способствует сокращению безработицы и повышению уровня занятости населения и т.д.

Особое внимание в республике уделяется развитию сферы бытового обслуживания в сельской местности и широкому вовлечению в нем субъектов семейного предпринимательства, закончивших учебу молодежи. Освобождаются от уплаты фиксированного налога сроком на 3 года индивидуальные предприниматели, занимающиеся оказанием бытовых услуг; ЕНП и фиксированного налога сроком на 5 лет малые предприятия,

²⁹ Узбекистан в цифрах. Статистический сборник госкомстата Республики Узбекистан. – Ташкент, 2016 г. – С. 46.

³⁰ Узбекистан в цифрах. Статистический сборник госкомстата Республики Узбекистан. – Ташкент, 2016 г. – С. 43.

³¹ Исхакова С. Сфера услуг в Узбекистане: тенденции и факторы развития. – Ташкент, Бизнес-эксперт №10 (118), 2017 г. – С. 56.

индивидуальные предприниматели, оказывающие услуги прачечных, расширение разнообразных инновационных услуг, формирование конкурентной среды, развитие сервисной инфраструктуры, увеличение объемов кредитования коммерческими банками, расширение системы безналичных расчетов с использованием банковских пластиковых карточек и т.д.

В Белоруссии доля сферы услуг в ВВП республики составляет 45,2%. С 2014 года в республике - 4 функционирует холдинг бытового обслуживания. Это способствовало выработке единых позиций и решений по общим проблемам развития бытовых услуг. Особое внимание в стране уделяется многопрофильной подготовке и переподготовке кадров для участников холдинга.³²

В Республике Киргизстан на долю сферы услуг в ВВП приходится 53,2%, в том числе бытовых – 19,5%. В развитии сферы бытовых услуг заслуживает внимание создание предприятий по типу «Мультисервис», позволяющих получить комплекс услуг в одном месте. Массовое распространение получили объекты бытового обслуживания в предприятиях розничной торговли, рынках. На многих предприятиях внедряются ресурсосберегающие технологии, осуществляется модернизация и техническое перевооружение МТБ. В республике применяются выездные формы оказания услуг, открываются пункты проката, что делает услуги доступными для массовых потребителей со средним уровнем дохода. В республике организована многоступенчатая подготовка кадров по 100 специальностям для сферы бытовых услуг и ориентирована на самостоятельное открытие собственного дела.

В России большое значение уделяется рынку услуг, в том числе бытовых. Характерной особенностью данной сферы экономики являются высокие темпы роста объемов бытовых услуг и широкий ассортимент услуг, высокий уровень внедрения новых технологий, в частности, информационно-

³² Климович Л.К. Региональные аспекты развития сферы услуг. – Труды БГТУ, Экономика и управление №7, 2016 г. – С. 289.

коммуникационных. На долю сферы бытовых услуг в Российской Федерации ВВП приходится 60-65%, в том числе бытовых 20-25%.

Особенностью развития сферы бытовых услуг в РФ является сильная зависимость от региональных особенностей, национальных традиций населения страны, экономических ресурсов. В стране разрабатываются программы по сглаживанию различий в развитии бытовых услуг для прогрессивных и депрессивных территорий, которые находятся под контролем государственных структур.

Таким образом, обобщая опыт зарубежных стран целесообразно создавать в Республике Таджикистан ремесленные палаты по территориальному признаку, осуществляющих координацию деятельности хозяйствующих субъектов, контроль, экспертизы, консультации, развитие предприятий в сельской местности и т.д.

Со стороны государства осуществлять поддержку по снижению налогов, по развитию материально-технической базы, размещению предприятий в «шаговой» доступности для населения, развивать передвижные предприятия, особенно для жителей сельской местности, уделять внимание многоступенчатой подготовке кадров для сферы услуг, создание единого центра, координирующего деятельность предприятий бытового обслуживания и др.

Это позволит развивать сферу бытовых услуг на более высоком качественном уровне, что будет способствовать в целом повышению уровня жизни населения.

ГЛАВА II. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

2.1. Оценка современного состояния, тенденций развития и эффективности сферы бытового обслуживания

Сфера услуг на современном этапе, как на международном, так и национальном уровне является одной из наиболее быстро развивающихся и востребованной отраслью экономики. Общегосударственный классификатор Республики Таджикистан «Услуги населению» включает свыше 600 видов деятельности.

Формирование сферы бытового обслуживания населения как самостоятельной отрасли началось в стране «в начале 60-х годов, когда были созданы органы управления этой отрасли в виде управлений бытового обслуживания населения³³.

В условиях командно-административной системы предприятия сферы бытового обслуживания базировались на государственной форме хозяйствования. Социальная роль бытового обслуживания сводилась к сокращению времени для социально-культурного развития населения, в уравнивании социальных прав женщин в обществе. При этом в развитии и контроле данного сектора сильно было значение государства, которое оказывало ему большую поддержку в финансировании за счет государственного бюджета и в вопросах ценообразования. Относительно низкие цены обеспечивали широкий доступ населению к услугам предприятий бытового обслуживания.

Для командно-административной экономики было характерно создание крупных предприятий бытового обслуживания, ориентированных на массового потребителя, при этом государством за счет дотаций были установлены относительно низкие цены для оказания услуг сельским жителям.

³³ Белова З.Г. Методы планирования бытового обслуживания населения. – Москва, 1986. – С.3.

Сложившаяся ситуация отражалась и на низком качестве услуг. Острой проблемой в советское время было превышение спроса над предложением услуг, что снижало влияние потребителей на эффективность производства и контроль, их обращению к частнику, действующего в рамках «теневой экономики».

В процессе рыночных преобразований ситуация изменилась коренным образом. Основой функционирования предприятий сферы бытовых услуг стала частная собственность, цены в сфере услуг стали формироваться в зависимости от спроса потребителей, услуги в результате роста цен стали менее им доступны, особенно в сельской местности, значительно сократилась поддержка государства.

На современном этапе в структуре потребительских расходов населения Республики Таджикистан на долю бытовых услуг в 2017г. приходилось 8,5% (таблица 2.1).

Таблица 2.1

Структура потребительных расходов домашних хозяйств

Республики Таджикистан (сумма в сомони на одного члена домохозяйства)

	2010		2013		2014		2015		2016		2017	
	смон.	%										
Потребительские расходы, всего в том числе:	163,55	100,0	256,86	100,0	261,44	100,0	238,0	100,0	259,30	100,0	293,07	100,0
- на покупку продуктов питания	104,75	64,0	157,07	61,2	153,89	58,9	136,34	57,3	143,98	55,5	158,67	54,1
- на покупку непродовольственных товаров	40,09	24,5	62,60	24,4	68,65	26,3	62,65	21,3	76,32	29,4	85,16	29,1
-на покупку алкогольных напитков	0,20	0,1	0,29	0,1	2,08	0,1	0,30	0,05	0,23	0,15	0,25	0,2
Оплату личных услуг	18,51	11,3	32,53	12,7	34,63	13,2	35,04	13,5	38,76	14,9	44,77	15,3
В том числе бытовых услуг	1,52	8,2	2,12	6,5	2,25	6,5	4,71	13,4	15,80	6,1	3,82	8,5

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе. 2018. - С 117-118.

Как свидетельствуют данные таблицы 2.1, основную долю потребительских расходов составляли расходы на покупку продуктов питания (54,1%), расходы на услуги составляют 15,3% семейного бюджета.

Современные тенденции развития сферы бытовых услуг сводятся к следующему:

- относительно высокие темпы роста объемов оказываемых услуг;
- ускоренная оборачиваемость оборотных средств;
- быстрое реагирование на изменения рыночной инфраструктуры;
- широкий спектр предоставляемых бытовых услуг;
- наличие рисков при получении конечных результатов деятельности предприятий по оказанию услуг;
- сокращение числа предприятий бытового обслуживания и др.

Отечественные и зарубежные ученые считают, что сфера бытового обслуживания - это сфера по оказанию услуг, которые объединяются для того, чтобы удовлетворить личные потребности населения, кроме того, изготавливать вещи и предметы по индивидуальным заказам.

Технологический процесс сферы услуг, характеризуется наличием следующих стадий:

- прием заказа;
- производственный цикл;
- принятия заказа клиентом;

Среди бытовых услуг выделяют следующие группы: ремонт и пошив обуви, ремонт и пошив швейных изделий; ремонт и техническое обслуживание бытовой теле- радио аппаратуры; изготовление и ремонт мебели; услуги прачечной; ремонт и строительство жилья; услуги фотоателье, услуги бань и парикмахерских; услуги автосервиса; ритуальные услуги и др. Особенностями функционирования сферы услуг является относительно невысокий уровень рентабельности (около 10-15%), что предполагает необходимость расширения

спектра оказываемых услуг. С этой целью на практике применяются две формы предпринимательства:

-сопутствующая, предполагает развитие предприятий, для которых оказание услуг является сопутствующим бизнесом;

-сетевая – формируется сеть предприятий с использованием, как собственных средств, так и иностранных инвестиций на базе строительства филиалов или франчайзинга.

Вторая форма дает возможность обеспечить конкурентоспособность, завоевывать новые сегменты рынка, привлечь больше клиентов. Вместе с тем, в последние годы в социально-экономическом развитии Республики Таджикистан трансформировались потребительские стандарты с акцентом на перенос с удовлетворения материальных потребностей на услуги в сфере образования, здравоохранения, бытовых услуг, что в свою очередь, является положительным результатом реализации проводимых в стране рыночных реформ.

Развитие сферы бытовых услуг ориентировано в современных условиях на потребителя со средними денежными доходами. В потребительскую корзину включается определенный стандарт потребления продовольственных, непродовольственных товаров, услуг, в том числе и бытовых; её воспроизводство обеспечивается за счет получаемых доходов. Благодаря этому на рынке создается относительный баланс между спросом и предложением, между потребителями и предпринимателями данного сектора экономики. Возможность пользования бытовыми услугами на достаточно высоком уровне может достигаться без поддержки государства при наличии высокого платежеспособного спроса населения.

Несмотря на важность и социальную значимость бытовых услуг при низком уровне доходов и жизненного уровня населения ограничивается доступность к ним массового потребителя, что характерно на данном этапе для экономики Таджикистана. Значительная часть предприятий бытового обслуживания в результате приватизации и перепрофилирования, особенно в

сельской местности, где проживает более 70% населения республики, перестала существовать, население занимается в основном самообслуживанием, т.е. на уровне домашних хозяйств.

Вместе с тем, несмотря на существующие проблемы, сфера бытовых услуг в стране динамично развивается, объемы предоставляемых услуг имеют тенденцию к постоянному росту, как по регионам, так и в целом по стране (таблицы 2.2; 2.3).

Таблица 2.2

Тенденции роста основных показателей сферы бытовых услуг в Республике Таджикистан за 2010-2017годы³⁴

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 к 2010 гг., %
Число предприятий и цехов, мастерских бытового обслуживания по всем видам, всего	952	650	558	548	425	413	421	425	44,6
В сельской местности, ед.	140	139	128	117	90	88	89	90	64,2
Объем бытовых услуг, оказанных населению по формам собственности, всего:	2105,2	2587,2	3310,6	3608,3	3707,3	3758,6	3694,1	3908,3	185,6
Государственная собственность.	10,7	14,8	17,8	22,1	25,3	27,6	25,2	33,1	309,3
Негосударственная собственность	2094,5	2572,4	3292,8	3586,2	3682,0	3731,0	3668,9	3875,2	185,0
Среднесписочная численность работающих всего, тыс. чел.	3,7	2,4	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3	2,2	59,5

Как свидетельствуют данные таблицы 2.2, число предприятий бытового обслуживания с 2010 по 2017 годы сократилось с 1014 единиц до 425 единицы

³⁴ Источник: Расчеты автора на основе: Статистический ежегодник: Республика Таджикистан - Душанбе: АСПРТ, 2018. – С. 417.

или в 2,2 раза. Одной из причин сложившейся ситуации является наличие в данном секторе факторов «теневой экономики», а также того факта, что предприятия, имеющие число работников менее десяти не зарегистрированы в органах государственной статистики. Сократилось и число предприятий в сельской местности, почти в 2,5 раза. Кроме указанных выше причин можно отметить высокие банковские проценты за кредит, отсутствие оборотных средств, высокие налоги, издержки приватизации, При этом объем бытовых услуг, оказанных населению за анализируемый период возрос на 85,6% и составил в 2017 году по республике 3908,3 млн. сомони, в т.ч. предприятиями государственной собственности на сумму 33,1 млн. сомони, негосударственной - 3875,2 млн. сомони. На долю государственной формы собственности приходится в общем объеме бытовых услуг – 0,85%, что свидетельствует о функционировании предприятий в основном негосударственной собственности. (99,15%)

В разрезе регионов республики анализ свидетельствует о наличии тенденции роста объема предоставляемых населению бытовых услуг. (таблица 2.3). Наиболее высокие показатели роста за 2010 – 2017г.г отмечаются по Согдийской области – более, чем на 80%, при среднегодовых темпах роста 107,8%. Удельный вес Согдийской области в общем объеме бытовых услуг населению составил 43,5%. Это свидетельствует о том, что регион вносит значительный вклад в развитие рассматриваемой сферы экономики республики. Доля других регионов составляет: Душанбе – 13,2%; РРП-15,2%; Хатлонская область – 27,2%; ГБАО – 0,87%. Среднегодовые темпы роста по регионам за анализируемый период составили: РРП-107,1%, г. Душанбе-109,3%, ГБАО-119,5%, Хатлонская область – 109,1%.

Динамика объема бытовых услуг в расчете на душу населения РТ представлена в приложении 1

Таким образом, в Согдийской и Хатлонской областях с быстрыми темпами развивается сфера бытовых услуг.

Таблица 2.3

Динамика объема бытовых услуг населению – по всем каналам реализации в разрезе регионов Республики Таджикистан за 2010 – 2017годы³⁵

(в ценах соответствующих лет, млн. сомони)

Регион	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Средне-годовой темп роста %	2017 г. к 2010г., в %
Республика Таджикистан	2105,2	2587,2	3310,6	3608,3	3707,3	3758,6	3694,1	3908,3	108,0	185,6
Г. Душанбе	253,4	262,6	380,9	440,7	462,8	471,7	437,3	516,0	109,3	203,6
РРП	403,2	381,3	558,4	562,8	622,2	599,2	587,1	594,8	104,9	147,5
Согдийская область	935,3	1174,7	1413,2	1585,5	1587,5	1657,1	1622,7	1702,0	107,8	182,0
Хатлонская область	527,0	582,8	923,5	936,6	1004,2	999,4	1015,6	1061,5	109,1	201,4
ГБАО	8,2	8,7	30,2	29,9	30,6	31,2	31,4	340,	119,5	354,2

По числу предприятий бытового обслуживания ситуация в республике по регионам отражена в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Тенденции роста предприятий бытового обслуживания по регионам Республики Таджикистан за 2010-2017годы³⁶

Регионы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017г к 2010г. в %
Хатлонская область	133	69	82	72	60	63	68	71	53,4
Согдийская область	452	307	372	279	250	182	177	179	39,6
ГБАО	72	76	74	59	30	22	23	25	34,7
РРП	148	76	91	91	70	115	117	121	81,8
г. Душанбе	147	30	31	47	40	35	36	37	25,2
Всего по республике	952	650	558	548	425	413	421	433	45,5

³⁵ Источник: Основные показатели торговли и услуг в Республике Таджикистан: статистический сборник - Душанбе: АСПРТ, 2018. – С. 43.

³⁶ Источник: Статистический ежегодник: Республика Таджикистан -Душанбе: АСПРТ, 2017. – С 42.

По числу предприятий выделяется Согдийская область - 179 единиц (41,3%), РРП-121 единицы (27,9%); незначительное число предприятий приходится на г. Душанбе – 37 единиц (8,5%) и ГБАО – 25 единиц (5,8%).

Важным показателем, характеризующим уровень развития сферы бытовых услуг, является объем бытовых услуг в расчете на одного человека и число предприятий данной сферы на 1000 жителей по регионам, таблица 2.5.

Таблица 2.5

Анализ обеспеченности бытовыми услугами на 1000 жителей Республики Таджикистан в разрезе регионов

Регион	Объем бытовых услуг в расчете на 1 человека (сомони)				Число предприятий бытового обслуживания на 1000 жителей			
	2010	2015	2016	2017	2010	2015	2016	2017
г. Душанбе	346,6	587,64	535,8	620,6	0,20	0,04	0,044	0,045
Согдийская область	424,14	660,9	633,7	652,5	0,20	0,07	0,069	0,069
Хатлонская область	195,86	328,08	325,1	331,9	0,06	0,02	0,022	0,023
ГБАО	39,71	143,5	142,6	152,1	0,35	0,10	0,104	0,112
РРП	218,96	303,9	290,5	287,5	0,08	0,06	0,058	0,058
Всего по республике	276,23	439,54	422,5	437,6	0,12	0,09	0,048	0,049

Расчеты автора. Источник: Статистический ежегодник: Республика Таджикистан. - Душанбе: АСПРТ, 2018. – С. 443-444.

Динамика обеспеченности регионов республики предприятиями бытового обслуживания населения в разрезе регионов изменяется в следующих пределах:

2010г – от 0,06 до 0,35;

2016г – от 0,02 до 0,10;

2017 – от 0,02 до 0,11.

Среди регионов следует выделить ГБАО (0,11) и Согдийскую область (0,07), где уровень обеспеченности населения бытовыми услугами выше, чем в других регионах.

Как свидетельствуют данные таблицы 2.5 регионы по степени обеспеченности населения бытовыми услугами можно в целом отнести к группе с низким уровнем обеспеченности.

1. Высокий уровень (К обеспеченности от 0,90 до 1,00).
2. Средний уровень (К обеспеченности от 0,70 до 0,90).
3. Низкий уровень (К обеспеченности <0,70).

По степени насыщенности бытовыми услугами следует выделить такие регионы как Согдийская область и г. Душанбе, соответственно на 1 человека: 652,5 сомони и 620,6 сомони.

Важным показателем, характеризующим уровень развития сферы бытовых услуг, является доля оборота объема бытовых услуг населению в ВРП (см. таблицу 2.6).

Таблица 2.6

Доля сферы бытовых услуг в ВРП по Республике Таджикистан
за 2010-2017гг.

Регионы	Показатели	2010	2015	2016	2017	2017г к 2010г в раз
Хатлонская область	ВРП	6493,2	12522,7	14621,7	16049,7	2,5 раз
	ОБУ	527,0	999,4	1015,6	1061,5	2,0 раз
	уд. вес,%	8,1	7,98	6,95	6,61	-1,49
Согдийская область	ВРП	5716,2	11597,2	13876,0	16676,8	2,9 раз
	ОБУ	935,3	1657,1	1622,7	1702,0	1,8 раз
	уд. вес,%	16,36	14,29	11,69	10,2	-6,16
ГБАО	ВРП	416,1	719,7	854,1	966,6	2,3 раз
	ОБУ	8,2	31,2	31,1	34,0	4,1 раз
	уд. вес,%	1,97	4,34	3,68	3,52	1,55
г. Душанбе	ВРП	5201,5	9468,8	10091,3	11003,9	2,1 раз
	ОБУ	253,4	471,7	437,3	516,0	2,0 раз
	уд. вес,%	4,87	4,98	4,33	4,695	- 0,18
РРП	ВРП	4482,0	7245,5	8421,0	9314,3	2,04 раз
	ОБУ	403,2	599,2	587,1	594,8	1,5
	уд. вес,%	8,99	8,27	6,97	6,39	-2,6
Всего по республике	ВРП	34512,3	48401,6	47864,1	54011,2	1,6
	ОБУ	2105,2	3758,6	3694,1	3908,3	1,9
	уд. вес,%	6,10	7,77	7,72	7,24	+1,14

Расчеты автора. Источник: Статистический ежегодник: Республика Таджикистан. - Душанбе: АСПРТ, 2018. С.200

В целом по республике на долю бытовых услуг в ВРП в 2010г. приходилось 6,10%, в 2017г – 7,24 (+1,14%). Наибольший удельный вес объема бытовых услуг в ВРП приходится на Согдийскую область и РРП, соответственно в 2017 году 10,2%; 6,39%. Наименьший удельный вес приходится на ГБАО (3,52%). При этом доля объема бытовых в ВРП имеет тенденцию к росту до 2015 года в таких регионах как г. Душанбе, ГБАО и в целом по республике и относительного снижения показателей в 2016 году.

На основании приведенных данных целесообразно рассчитать интегральный показатель сравнительной оценки развития сферы бытовых услуг в разрезе регионов республики. Расчет интегрального показателя производится относительно максимального значения в коэффициентной форме (таблица 2.7).

Таблица 2.7

Расчет интегрального показателя развития сферы бытовых услуг по регионам Республики Таджикистан (в относительных показателях)

Регион	ОБУ на 1000 человека	Число предприятий на 1000 жителей	Уд. Вес ОБУ в ВРП	Интегральный показатель
Хатлонская область	0,51	0,20	0,59	0,43
Согдийская область	1,00	0,70	1,00	0,90
ГБАО	0,23	1,00	0,31	0,51
г. Душанбе	0,85	0,40	0,37	0,54
РРП	0,46	0,60	0,60	0,55

Источник: расчеты автора

Согласно данным таблице 2.7 наиболее благоприятная ситуация по комплексу показателей развития сферы бытовых услуг наблюдается в Согдийской области (Кинг-0,90), менее благоприятная в Хатлонской области (Кинг-0,43), что объясняется недостаточным числом предприятий на 1000 жителей региона.

Важное значение в процессе анализа имеет оценка объема по видам бытовых услуг, предоставляемых предприятиями. Анализ видов бытовых услуг по числу предприятий и по объему услуг в разрезе регионов республики представлен в таблице 2.8.

Динамика числа предприятий по видам бытовых услуг по регионам Республики
Таджикистан (ед.)

Виды услуг	Регион	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2017	2017 в % к 2010
Ремонт и индивидуальный пошив обуви и одежды	Хатлонская область	19	7	10	4	10	20	22	115,8
	Согдийская область	55	55	65	37	42	46	31	56,4
	ГБАО	8	8	8	8	8	8	8	100,0
	г. Душанбе	12	12	14	16	16	18	19	150,0
	РРП	13	15	15	16	17	18	19	138,5
	Всего по РТ	107	97	112	81	93	110	109	101,9
Ремонт машин и их техническое обслуживание	Хатлонская область	42	20	19	20	20	18	19	45,2
	Согдийская область	101	100	100	100	101	107	110	104,9
	ГБАО	3	2	2	2	2	2	2	66,7
	г. Душанбе	105	8	7	7	7	7	8	7,6
	РРП	21	22	23	24	25	30	28	133,3
	Всего по РТ	272	151	151	153	155	164	167	61,4
Услуги парикмахерских	Хатлонская область	22	15	12	15	16	20	24	109,1
	Согдийская область	58	35	42	47	51	56	42	72,4
	ГБАО	7	7	7	7	6	7	7	100,0
	г. Душанбе	17	3	7	2	3	7	9	52,9
	РРП	16	17	18	19	20	22	23	143,8
	Всего по РТ	120	77	86	90	96	112	115	95,8
Прочие виды услуг	Хатлонская область	50	27	41	33	14	5	68	136,0
	Согдийская область	238	118	165	95	56	27	22	10,9
	ГБАО	44	54	57	49	14	5	6	13,6
	г. Душанбе	25	26	24	44	35	3	5	20,0
	РРП	104	22	32	32	8	45	41	39,4
	Всего по республике	461	247	319	253	127	85	152	32,9

Расчеты автора: на основе: Статистический ежегодник: Республика Таджикистан, - Душанбе, АСПРТ, 2018.-484с.

Динамика числа предприятий бытового обслуживания по Хатлонской области имеет тенденцию к росту, кроме таких видов услуг ремонт машин, как прочие виды услуг. За анализируемый период по другим видам услуг

наблюдается относительно стабильное развитие, без увеличения количества предприятий.

По Согдийской области число предприятий бытового обслуживания сократилось с 2010г по 2017г. на 296 единиц, или на 52,0%. Такая же ситуация наблюдается и по видам услуг как: ремонт и индивидуальный пошив обуви и одежды на 24 единицы или 16,4%, услуг парикмахерских на 2 единицы или на 10,3%, прочие виды услуг на 216 единиц или в 7,5 раза. Число предприятий по ремонту машин и техническому обслуживанию увеличилось на 9 единиц или на 4,9%

Число предприятий бытового обслуживания по ГБАО за анализируемый период сократилось на 39 единиц или в 1,6 раза, по прочим видам услуг на 38 единиц или в 10,8 раза. По видам услуг, представленных в таблице 2.9 значительных изменений в количестве предприятий, не наблюдается.

Динамика количества предприятий по г. Душанбе свидетельствует в целом о его сокращении по сравнению с 2010г. на 97 единиц или в 2.5 раза. Кроме предприятий по ремонту и индивидуальному пошиву обуви и одежды, по которым прослеживается тенденция роста.

В целом количество предприятий бытового обслуживания в районах республиканского подчинения с 2010г. по 2017г. сократилось на 43 единицы в 1,4 раза. При этом число предприятий по представленным в таблице видам услуг, кроме прочих, имеет положительную тенденцию роста.

Комплексная оценка по числу предприятий и по видам бытового обслуживания населения в разрезе регионов республики свидетельствует о неоднозначной ситуации, т.е. при росте числа предприятий одних видов услуг наблюдается сокращение по другим видам услуг. Это связано с рядом причин объективного и субъективного характера. В частности, сложная финансовая ситуация в стране, высокие налоги, слабая поддержка со стороны государства предпринимательских структур в этой сфере, низкие денежные доходы населения нехватка квалифицированных кадров, рост тарифов на платные услуги и т.д.

На современном этапе в сфере бытового обслуживания населения республики в условиях резкой дифференциации населения по уровню денежных доходов наметились следующие тенденции:

- сохранение и укрепление массового сектора бытовых услуг населению, с низкими и средними доходами;
- развитие бытовых услуг для населения с высокими доходами;

Большая доля населения относится к населению с низкими и средними доходами, в связи с чем следует уделить внимание предприятиям, которые относятся к первой группе, формирование и развитие которых невозможно без существенной поддержки государства.

Жители сельской местности республики тратят на бытовые услуги значительно меньше денежных доходов, чем в городе, т.к. преобладает домашний труд.

Для развития данного сектора в сельской местности со стороны государства поддержка может, осуществляется по следующим направлениям: льготное налогообложение и кредитование, различные дотации населению и др. Проводимая в стране налоговая политика является важным рычагом воздействия на развитие предпринимательской деятельности в сфере оказания бытовых услуг населения. Однако, сложившаяся в стране финансовая ситуация сдерживает реализацию намеченных преобразований в данном секторе экономики. Значительная часть предприятий является мало доходными и убыточными. Отдельные виды услуг в связи с их высокой себестоимостью являются недоступными для большинства населения, что приводит к резкому сокращению их производства или ликвидации предприятий. Освобождающиеся ниши на рынке услуг занимают в основном мелкие частные предприниматели.

Отсутствие достаточно объективной информации по деятельности предприятий бытового обслуживания в сопоставимых ценах не дает возможности оценить влияние данного сектора экономики на развитие отрасли в целом.

Анализ развития сферы бытовых услуг свидетельствует о том, что тенденции, сложившиеся в республике, сохраняются и в регионах.

Более позитивная тенденция по развитию сферы бытовых услуг складывается в Согдийской области республики. В 2017г. на её долю приходилось 43,9% объема бытовых услуг и 42,0% функционирующих предприятий.

Оценка основных показателей бытового обслуживания по Согдийской области показывает, что значительно сократилось число предприятий в сельской местности; за 2010 – 2017 годы на 60,4% в городских населенных пунктах – на 59,5%, что объясняется низкими доходами сельских жителей и невостребованным спросом на услуги, а также культурой сельского населения. В связи с сокращением числа предприятий, миграционными процессами, среднесписочная численность работающих сократилась на 34,3% и составила 724 человек, таблица 2.9.

Таблица 2.9

Динамика основных показателей бытового обслуживания населения
Согдийской области

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 к 2010, в %
Число предприятий (на конец года) ед. в т.ч.	452	372	307	281	189	182	177	179	39,6
-в городских поселениях	375	311	245	237	163	158	151	152	40,5
-в сельской местности	77	61	62	44	26	24	26	27	35,1
Объём бытовых услуг (тыс. сомони)	935,3	1174,7	1413,2	1585,5	1587,5	1657,1	1622,7	1702,0	182,0
Среднесписочная численность работающих, всего, человек	1102	1053	959	954	651	707	768	724	65,7

Источник: Статистический ежегодник: Согдийской области, АСПРТ в Согдийской области, 2017. – С. 314.

В разрезе структуры предприятий бытового обслуживания Согдийской области наблюдается преобладание предприятий по ремонту и пошиву одежды, ремонту и строительству жилья (квартир), услуги парикмахерах, таблица 2.10.

Таблица 2.10

Динамика число ателье, и цехов, мастерских оказывающих бытовых услуг населению Согдийской области за 2010-2017 годы³⁷

Сфера оказания бытовых услуг	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 в% к 2010
Ремонт и индивидуальный пошив обуви	16	9	11	9	9	9	9	4	56,2
Ремонт и индивидуальный пошив одежды, индивидуальный пошив и вязка трикотажных изделий	39	62	44	28	19	20	22	21	56,4
Ремонт бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	66	21	18	30	14	9	8	6	12,1
Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств, принадлежащих гражданам	73	68	-	-	-	-	-	-	-
Ремонт и изготовление мебели	3	1	1	1	1	1	1	1	33,3
Химическая чистка и крашение	1	5	1	1	1	1	1	1	100,0
Услуги прачечных	2	-	3	6	3	2	2	2	100,0
Ремонт и строительство жилищ (квартир)	20	23	20	22	21	18	20	24	100,0
Услуги фотографии	17	15	21	18	7	14	15	16	94,1
Услуги бань и душевых	8	7	14	14	15	8	7	9	87,5
Услуги парикмахерских	58	40	34	47	23	21	23	22	39,7
Услуги пунктов проката	4	1	2	4	-	-	-	-	-
Прочие виды услуг	192	138	101	76	80	70	69	73	38,0
Всего	475	452	372	307	281	189	177	179	39,6

³⁷ Источник: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Основные показатели сектора торговли и услуг Республики Таджикистан – 2018. – С. 316.

В разрезе районов и городов области наибольшее развитие сфера бытовых услуг достигло в г. Худжанде, г. Бустон, в районах: Исфара, Спитамен, Шахристан (таблица 2.11).

Таблица 2.11

**Динамика объема реализации бытовых услуг
населению по городам и районам Согдийской области (тыс. сомони)**

Регион	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017г. к 2010г. раз
Худжанд	198005,1	267395,3	328874,2	392978,8	439417,0	440824,6	450500,5	475484,3	2,3
Бустон	15052,3	22162,1	25937,6	31123,4	40258,7	35191,6	34252,0	33238,5	2,1
Гулистон	13509,2	18346,7	22234,4	27082,0	30374,0	30513,6	26471,3	26512,1	1,9
Истаравшан	66702,9	90333,4	109185,3	132667,7	148476,0	148730,1	152905,9	159795,9	2,4
Пенджикент	28183,6	38199,3	54678,3	56504,2	63146,9	63369,3	58537,2	65759,9	2,3
Исфара	53003,7	71926,7	87214,7	105993,5	118666,5	118970,9	12542,9	131865,8	2,5
Конибодом	53134,7	72077,1	86835,8	105834,5	118196,1	118818,3	119751,9	132656,7	2,5
Спитамен	14699,1	19985,8	24532,6	30967,0	34211,9	35538,3	35305,6	35246,9	2,3
Дж. Расуловский район	19107,4	25717,2	30258,1	36763,8	41131,9	41217,7	42314,8	41638,8	2,2
Горная Мастчох	70,1	94,8	114,4	140,3	156,7	157,1	160,9	1869	2,7
Шахристон	2804,0	3795,0	4599,0	5609,0	6271,2	6285,9	6737,6	6373,9	2,3
Мастчох	11260,6	15221,1	18410,3	22453,1	25091,3	25166,9	2578,3	26975,2	2,4

Источник: Статистический ежегодник Согдийской области. Главное управление Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан в Согдийской области 2018 г. – С. 314-316.

Развитие сферы услуг, как свидетельствует опыт развитых стран, в условиях экономической нестабильности может быть толчком для обеспечения экономического роста, т.к. не требует значительных капитальных вложений и имеет возможность расширить производство различных услуг. Сфера бытовых услуг позволяет приблизить производство к потребителям, способствует сокращению разницы в доходах населения, вовлекает в производство финансовые и материальные ресурсы части населения, создает рабочие места,

развивает конкуренцию, способствует поступлению налогов в государственный бюджет.

Важнейшим фактором влияния развития бытовых услуг на эффективность общественного производства, по мнению ученых экономистов, является воспроизводство рабочей силы. В связи с реорганизацией крупных предприятий произошло высвобождение квалифицированной рабочей силы, которая может быть вовлечена в малый бизнес, особенно женщины. В странах ЕС в конце прошлого столетия 27% начинающих предпринимателей были женщины. Иногда женский труд используется как надомный и временный. На современном этапе доля занятых в сфере бытовых услуг составляет более 10% общего числа занятых, в т.ч. 6% женщины. К примеру, в Германии в сфере услуг занято более 50,0% занятых в экономике, из них женщин – 53%. В странах Европы в сфере бытовых услуг активно используют труд пенсионеров, инвалидов, молодежи без опыта работы. Применение данного опыта работы в условиях Республики Таджикистан будет способствовать повышению уровня занятости населения, росту денежных доходов.

Развитие сферы бытовых услуг влияет на производительность труда в общественном производстве, т.к. способствует совершенствованию социально-бытовых условий, оптимальному использованию рабочего и свободного времени населения. Однако сфера бытового обслуживания ещё не заняла ведущего места в решении социально-экономических проблем республики.

Таким образом, сфера бытовых услуг имеет не только экономическую, но и большую социальную и политическую значимость в рыночных условиях, т.к. влияет на качество жизни населения. В этой связи со стороны государства данному секторе экономики должно уделяться достойное внимание. Перспективы развития сферы бытовых услуг зависят не только от внутренней, но и от факторов внешней среды, влияние которых исследуем на примере предприятий Согдийской области.

2.2. Анализ качества и социально-экономической эффективности бытового обслуживания

Основной жизнедеятельности человека является потребление товаров (услуг). Развитие сферы бытовых услуг имеет важное значение в удовлетворении растущих потребностей людей, в решении социально-экономических проблем общественного развития.

В изменяющейся рыночной ситуации, усилении конкуренции одним из важных условий повышения социально-экономической эффективности является повышение качества оказания услуг на предприятиях сферы бытовых услуг. Приобретение определенной услуги предполагает следующие этапы:



Рисунок 4 - Этапы приобретения услуг

В качестве объекта исследования нами выбраны в частности, стрижка, и окраска волос, маникюр, педикюр, макияж, солярий, татуаж и другие предприятия, имеющие относительно одинаковый перечень услуг, численность персонала, организационную структуру управления. Среди посетителей проведен опрос по определению критериев выбора салона.

По результатам опроса приоритеты потребителей по выбору салона распределились следующим образом: (таблица 2.12).

Как свидетельствуют результаты опроса, приоритеты отданы таким критериям как цена и советы друзей и знакомых.

Следующий этап – оценка степени удовлетворенности посетителя от предоставляемой услуги, т.е. ожидания от восприятия услуги. Данный процесс является сложным, т.к. посетитель участвует в этом процессе и воспринимает результат услуги.

Распределение потребительских приоритетов по выбору салона (в %)

№ п/п	Признаки	Удельный вес %
1.	Цена	25,7
2.	Советы друзей, знакомых	25,6
3.	Ассортимент услуг	10,2
4.	Опыт работы предприятия на рынке потребительских	8,5
5.	Высокий профессиональный уровень сотрудников	7,9
6.	Рейтинг предприятия бытового обслуживания	5,5
7.	Месторасположение предприятия	4,2
8.	Реклама	3,1
9.	Интерьер	2,8
10.	Другие признаки	1,6

Составлено автором

На наш взгляд, наиболее оптимальной методикой при оценке качества предоставляемых услуг, является методика SERVQUAL³⁸, которая позволяет оценить качество услуги непосредственно потребителем и выявить факторы, отрицательно влияющие на её качество.

Отбор критериев в анкетной форме, имеющих наибольшее значение, был проведён путём экспертной оценки, где в качестве экспертов выступали потребители бытовых услуг. Потребителями (300 респондентов) была дана оценка по степени важности каждому предложенному критерию. Это позволило автору определить перечень критериев, включающих 20 наименований, объединённых в следующие группы:

1. Профессиональный уровень сотрудников.
2. Этика поведение сотрудников.
3. Условия оказания бытового обслуживания.
4. Поведение персонала после оказания услуги.
5. Качество и возможности предприятия по оказанию услуг.

В целом группировка критериев позволяет дать оценку качеству обслуживания по отдельным группам и выявить влияние каждого критерия на общий для разработки соответствующих мероприятий по улучшению качества обслуживания (рис.5).

³⁸ Parasuraman A., Zeithaml, V.A. SERVQUAR: //Journal of Retailing, Vol. 1998. – с. 145.

Критерии оценки качества обслуживания

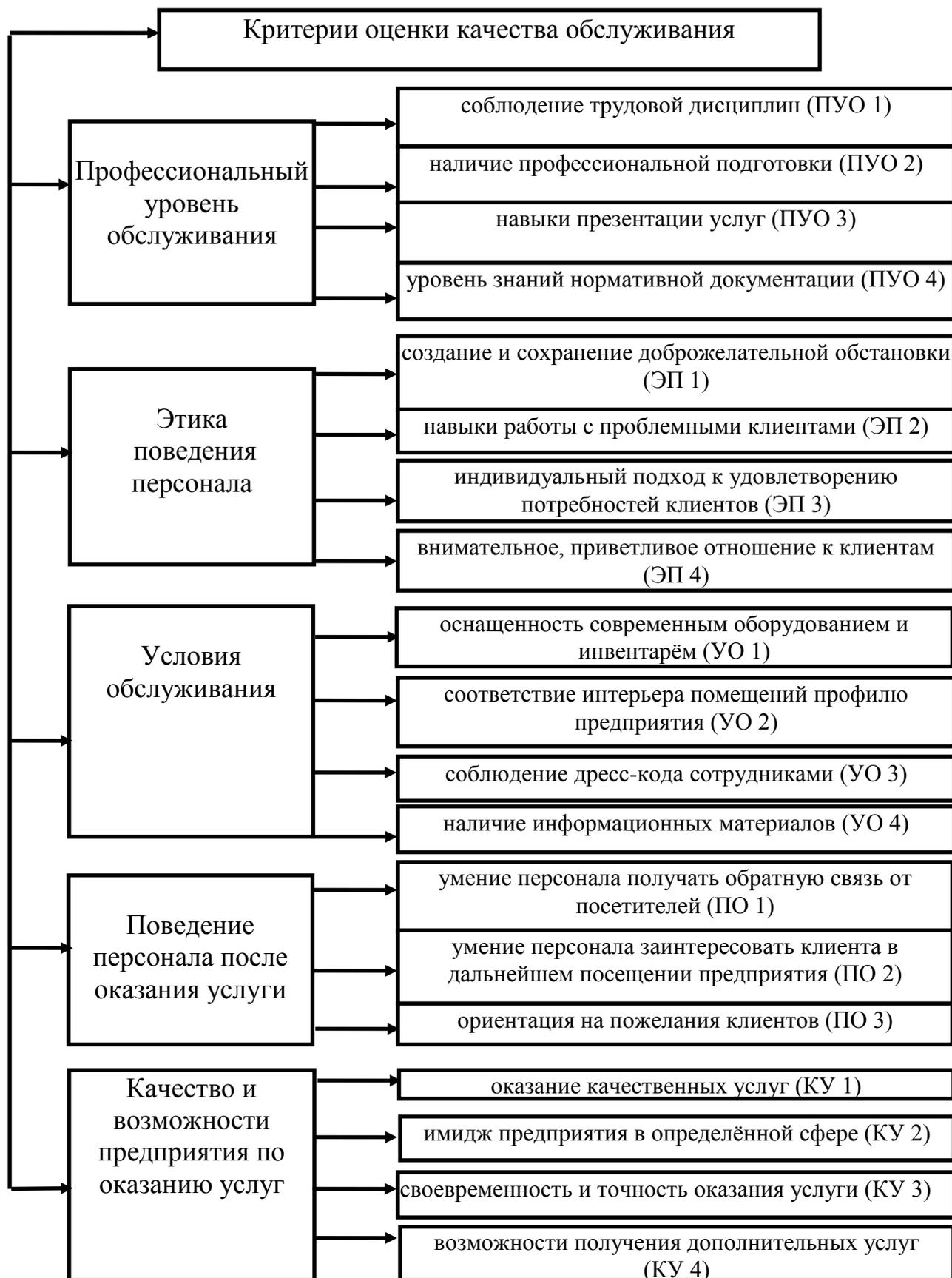


Рисунок 5- Предлагаемые критерии для оценки качества бытового обслуживания

Нами проведена модификация методики SERVQUAL которая предусматривает следующие:

1. Экспертами являются потребители бытовых услуг
2. Максимальным значением, с которым идёт сравнение полученных результатов по оценке качества бытовых услуг, является ожидание потребителя от качества обслуживания.
3. Показатель оценки «ожидания» и оценки «восприятие» рассчитывается как средний балл всех респондентов опроса.

Преимущества методики SERVQUAL в том, что базируясь на оценках потребителей, охватывает как технологические, так и технические аспекты функционирования предприятия.

За последние годы на потребительском рынке увеличился спрос на такие виды бытовых услуг как техобслуживание и ремонт автомобилей, фотоателье, парикмахерских и косметических салонов.

Используя указанную методику, произведём оценку качества обслуживания в наиболее крупных салонах красоты города Худжанда.

В городе Худжанде по оказанию парикмахерских и косметических услуг населению функционирует 52 предприятия (салонов), в которых занято 1207 человека.

Цель исследования заключается в оценке развития определённых видов бытовых услуг, выявление слабых сторон и положительного опыта работы, разработка мероприятий по повышению качества обслуживания.

Для оценки качества обслуживания исследуемых предприятий целесообразно провести анализ «зоны толерантности», которая представляет разрыв между оценками «ожидаемого» и «минимально приемлемого» качества бытового обслуживания. Зона толерантности отражает диапазон «терпимости» клиента к качеству бытового обслуживания. Для каждого параметра она

рассчитывается как разность значений соответствующих оценок согласно анкеты SERVQUAL.

Нами в работе рассмотрены три салона красоты города Худжанда, имеющих наибольший удельный вес на рынке бытовых услуг:

Салон № 1 «Олиха»;

Салон № 2 «Шабнам»;

Салон № 3 «Фея».

В процессе исследования для каждого предприятия рассчитаны ошибки репрезентативности. На основе числа посетителей за год установлен объём генеральной совокупности. В качестве респондентов использованы выборочно посетители салонов.

Для расчёта ошибки репрезентативности использована формула:

$$M = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}, \quad (2.1)$$

где: M – ошибка репрезентативности

σ^2 - среднее квадратическое отклонение

N – объём генеральной совокупности

n – объём выборки

Генеральная совокупность для салона № 1 «Олиха» составила – 1250 человек, № 2 «Шабнам» – 1060 человек, № 3 «Фея» – 980 человек. Объём выборки по Салону № 1- 200 человек, № 2 – 180 человек, № 3 – 150 человек. Ошибка репрезентативности опроса соответственно составила: 4,82%, 4,76%, 4,89%.

Потребителям было предложено 2 анкеты: в первой анкете они должны были отразить личное восприятие качества обслуживания, во второй- ожидаемое качество обслуживания, по аналогичным критериям, что и в анкете первой. Затем был произведён расчёт средних значений по каждому критерию с учётом результатов анкетирования (таблица 2.13).

Анкета приведена в приложении 2

Результаты анкетирования по салонам 1,2,3 г. Худжанда

Показатели качества	Усл. обозн.	Рейтинг восприятия			Рейтинг Ожидания			Индикатор качества		
		салоны			Салоны			салоны		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
Соблюдение трудовой дисциплины	ПУО1	2,5	2,3	3,12	4,8	4,6	4,75	-2,3	-2,3	-1,63
Наличие профессиональной подготовки	ПУО2	3,42	3,22	3,61	4,5	4,5	4,63	-1,17	-1,28	-1,02
Навыки презентации услуг	ПУО3	3,56	3,46	3,79	4,7	4,7	4,76	-1,14	-1,24	-0,97
Уровень знаний нормативной документации	ПУО4	4,50	3,51	3,90	4,8	4,9	4,93	-0,29	-1,39	-1,03
Профессиональный уровень	ПУО5	3,50	3,21	3,60	4,75	4,75	4,78	-1,25	-1,54	-1,18
Обеспечение доброжелательной обстановки	ЭП1	5,0	4,64	4,23	4,8	4,9	4,56	0,20	-0,26	0,33
Умение работать с проблемными клиентами	ЭП2	4,98	4,78	4,12	4,7	4,9	4,67	0,28	-0,12	-0,55
Индивидуальный подход к клиентам и их потребностям	ЭП3	5,0	4,56	4,04	4,8	4,8	4,85	0,20	-0,24	-0,81
Внимательное, приветливое отношение к клиентам	ЭП4	4,10	3,53	3,02	4,6	4,9	4,34	-0,5	-1,37	-1,32
Этика поведения персонала	ЭП5	4,51	4,39	3,92	4,8	4,84	4,64	-0,29	-0,45	-0,72
Оснащенность современным оборудованием и инвентарём	УО1	5,0	4,34	4,52	4,9	4,9	4,9	0,10	-0,56	-0,38
Соответствие интерьера профилю предприятия	УО2	4,91	4,12	4,52	4,8	4,8	4,86	0,11	-0,68	-0,34
Соблюдение дресс-кода работниками	УО3	4,3	4,5	4,12	4,8	4,9	4,58	-0,50	-0,40	-0,46
Наличие информационного материала	УО4	3,9	3,9	3,95	4,7	4,8	4,81	-0,80	-0,90	-0,86
Условия обслуживания	УО5	4,55	4,22	4,27	4,83	4,85	4,78	-0,28	-0,63	-0,51

Умение персонала получать обратную связь	ПО1	4,58	4,39	4,15	4,9	4,65	4,86	-0,32	-0,26	-0,71
Умение персонала заинтересовывать клиента в дальнейшем посещении салона	ПО2	4,63	3,27	4,02	4,9	4,65	4,98	-0,27	-1,38	-0,96
Ориентация на пожелания потребителей	ПО3	2,53	2,93	3,03	4,8	4,54	4,18	-2,27	-1,61	-1,15
Поведение персонала после оказания услуги	ПО4	3,82	3,80	3,86	4,65	4,64	4,76	-0,83	-0,84	-0,9
Оказание качественных услуг	КУ1	4,66	4,17	4,56	4,59	4,75	4,75	0,07	0,07	-0,19
Имидж предприятия в определенной сфере	КУ2	4,36	3,96	3,14	4,4	4,44	4,66	-0,04	-0,04	-1,52
Своевременность и точность оказания бытовых услуг	КУ3	3,7	3,76	4,10	4,8	4,81	4,82	-1,10	-1,10	-0,72
Возможность получения дополнительных услуг	КУ4	4,75	4,76	4,23	5,1	5,0	4,66	-0,35	-0,24	-0,43
Качество и возможности предприятия по оказанию бытовых услуг	КУ5	4,18	4,20	4,04	4,75	4,75	4,77	-0,57	-0,55	-0,73
Общий индикатор качества обслуживания		4,17	3,97	3,94	4,7	4,78	4,73	-0,53	-0,80	-0,78

Источник: Составлено автором

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что в целом работу салона №1 можно оценить положительно (общий индикатор качества минус 0,53). Самые низкие индикаторы качества мы наблюдаем по группе «квалификация и компетентность работников». Общие индикаторы качества по салонам №2 и №3 находятся приблизительно на одном уровне и соответствуют оценке «удовлетворительно», (соответственно -0,80; -0,78), но при этом качество обслуживания в салоне №1 относительно более высокое, о чём свидетельствуют результаты анкетирования. Слабыми моментами в работе салонов являются такие составляющие как квалификация кадров, владение информационными материалами (см. таблица 2.14).

Сводные результаты анкетирования по бытовым салонам

Показатели	Рейтинг восприятия			Рейтинг Ожидания			Индикатор качества		
	№1	№2	№3	№1	№2	№3	№1	№2	№3
Профессиональный уровень сотрудников	3,50	3,21	3,60	4,75	4,75	4,78	-1,25	-1,54	-1,18
Этика поведения персонала	4,51	4,39	3,92	4,80	4,84	4,64	-0,29	-0,45	-0,72
Условия обслуживания	4,55	4,22	4,27	4,83	4,85	4,78	-0,28	-0,63	-0,51
Поведения персонала после оказания услуги	3,82	3,80	3,86	4,65	4,64	4,76	-0,83	-0,84	-0,9
Качество и возможности предприятия по оказанию бытовых услуг	4,18	4,20	4,04	4,75	4,75	4,77	-0,57	-0,55	-0,73
Общий индикатор	4,17	3,97	3,94	4,7	4,78	4,73	-0,53	-0,80	-0,78

Источник: составлено автором

Согласно данным табл.2.14 индикатор качества со знаком «минус», полученный по трём салонам показывает также, что большинство жителей города Худжанда не имеют возможности тратить значительные суммы на бытовые услуги и удовлетворяют их в домашних условиях. Это, в свою очередь, отрицательно сказывается на уровне развития предприятий бытового обслуживания, уровне жизни населения.

Предприятия бытовых услуг выполняют не только экономическую, но и социальную миссию. В процессе анализа дадим оценку социально-экономической эффективности деятельности исследуемых предприятий, представленных в таблицах 2.15-2.17.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности салона красоты
«Фея» города Худжанда за 2016 - 2017 годы

Показатели	2016 г.	2017 г.	2017г. в % к 2016 г.
1. Объём реализации услуг, тыс. сомони	1084,5	1215,0	112,0
2. Себестоимость услуг, тыс. сомони	845,4	903,0	106,8
3. Прибыль от реализации, тыс. сомони	239,1	312,0	130,5
4. Фонд оплаты труда сотрудников, тыс. сомони	133,9	148,0	110,5
5. Среднесписочная численность сотрудников, чел.	14	16	114,3
6. Средняя величина основных фондов, тыс. сом.	920,1	1014,0	110,2
7. Среднегодовая сумма оборотных средств, тыс. сомони	916,0	907,6	99,0
8. Фондоотдача, сомони	1,18	1,19	100,8
9. Фондоемкость, сомони	0,85	0,75	88,2
10. Фондовооруженность, тыс. сомони	65,7	63,4	96,5
11. Фондорентабельность, %	22,1	30,8	+8,7
12. Интегральный показатель эффективности использования основных средств	8,5	6,05	-2,45
13. Скорость обращения, количество оборотов	0,84	1,34	108,1
14. Время обращения, дн.	305	269,3	88,5
15. Рентабельность средств, %	27,3	34,4	126,0
16. Объём услуг на одного сотрудника, тыс. сомони	77,5	75,9	97,9
17. Объём услуг на 1 сом. фонда заработной платы, сом.	8,1	8,2	101,2
18. Прибыль от реализации на 1 сомони фонда заработной платы, сомони	1,79	2,11	117,9
19. Интегральный показатель эффективности использования фонда заработной платы	3,81	4,16	109,2
20. Комплексный показатель оценки эффективности хозяйственной деятельности, сомони	0,56	0,59	105,4
21. Комплексный показатель оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности, сомони	0,12	0,15	125,0
22. Комплексный показатель оценки эффективности трудовой деятельности, сомони	3,80	4,16	109,5
23. Интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности, сомони	0,71	0,78	108,2

Источник: расчёты автора на основе: Статистическая отчетность салона красоты «Фея» г.Худжанд.

На основании аналитических показателей, отраженных в таблице 2.15, можно сделать следующие выводы. В динамике показатель фондоотдача по салону «Фея» повысился на 0,01 сомони и составил в 2017 году – 1,19 сомони. Фондовооруженность сократилась на 3,5%, что свидетельствует о снижении новым оснащенности салона оборудованием. Среднегодовая сумма оборотных средств сократилась по сравнению с прошлым годом на 1% (-8,4 тыс. сомони), а скорость обращения оборотных средств возросла на 0,5 оборотов, в результате чего время обращения сократилось на 35,7 дня. Сумма высвобожденных оборотных средств составила – 107,1 тыс. сомони и их рентабельность увеличилась на 26,0%, что является положительной тенденцией в деятельности салона «Фея». Вместе с тем наблюдается тенденция снижения производительности труда одного сотрудника на 2,1 %, а также возросло увеличение объема услуг сотрудника на 1 сомони фонда оплаты труда на 0,32 сомони (+17,9%).

Таблица 2.16

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности салона красоты «Олиха» города Худжанда за 2016 - 2017 гг.

№	Показатели	2016	2017	2017 в % к 2016 г.
1.	Объём реализации услуг, тыс. сомони	1260,8	1430,0	113,4
2.	Себестоимость услуг, тыс. сомони	875,8	920,6	105,1
3.	Прибыль от реализации, тыс. сомони	385,0	509,9	132,4
4.	Фонд оплаты труда, тыс. сомони	148,1	157,0	106,0
5.	Среднесписочная численность сотрудников, чел.	19	20	105,3
6.	Средняя величина основных фондов, тыс. сомони	768,0	840,0	109,4
7.	Среднегодовая сумма оборотных средств, тыс. сомони	714,5	765,0	107,1
8.	Фондоотдача, сомони/сомони	1,64	1,70	103,7
9.	Фондоемкость, сомони	0,61	0,59	96,7
10.	Фондовооруженность, тыс. сомони	40,4	42,0	103,9
11.	Фондорентабельность, %	50,1	60,7	10,6
12.	Интегральный показатель эффективности использования основных средств	9,06	10,15	122,0
13.	Скорость обращения, количество оборотов	1,76	1,87	106,2
14.	Время обращения, дн.	204,1	192,3	94,2
15.	Рентабельность средств, %	53,9	66,7	+12,8
16.	Объём услуг на одного сотрудника, тыс. сомони	66,3	71,5	107,8

17.	Объем услуг на 1 сомони фонда заработной платы, сомони	8,51	9,11	107,1
18.	Прибыль от реализации на 1 сомони фонда оплаты труда, сомони	2,60	3,25	125,0
19.	Интегральный показатель эффективности использования ФЗП	4,70	5,4	114,9
20.	Комплексный показатель оценки эффективности хозяйственной деятельности, сомони	0,77	0,81	105,2
21.	Комплексный показатель оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности, сомони	0,24	0,29	120,8
22.	Комплексный показатель оценки эффективности трудовой деятельности, сомони	4,70	5,44	115,7
23.	Интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности, сомони	0,97	1,03	106,3

Источник: Расчёты автора на основе: статистическая отчетность салона «Олиха».-Худжанд, 2018.-54с.

В комплексе положительное изменение показателей эффективности использования основных фондов способствовало росту интегрального показателя на 0,94, фонда оплаты труда – на 0,35. На основе расчета установлено, что интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности по салону возросло на 0,07.

По результатам оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности салона «Олиха» можно сделать следующие выводы.

Объем услуг, оказанных салоном, возрос за анализируемый период на 13,4 %, прибыли – на 32,4%, что повлияло на рост эффективности использования основных фондов 1,09. Фондоотдача возросла на 3,7%, фондорентабельность на 21,2%, фондовооруженность – на 3,9%, что свидетельствует об эффективности использования основных фондов и росту оснащенности в предприятии.

Оборотные средства за год возросла на 7,1% и составила 765,0 тыс. сомони. Скорость обращения оборотных средств увеличилась на 0,11 оборота, время обращения сократилось на 11,8 дней, что способствовало освобождению оборотных средств на 46,9 тыс. сомони. Рентабельность увеличилась на 7,1 %.

В 2017 году в салоне увеличился объем услуг на одного работника на 7,8%, на 1 сомони ФОТ – на 7,1 %. Положительный рост указанных показателей способствовал тому, что интегральный показатель эффективности

фонд оплаты труда вырос на 0,35. Полученные результаты свидетельствуют об эффективном использовании экономических ресурсов салона. В результате чего интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности увеличился на 0,06 (+6,3%).

Анализ финансово-хозяйственной деятельности по салону «Шабнам» дал следующие результаты (таблица 2.17).

Таблица 2.17

Основные показатели финансово - хозяйственной деятельности салона красоты «Шабнам» города Худжанда за 2016 - 2017 годы

№ пп	Показатели	2016	2017	2017 в % к 2016 г.
1.	Объём реализации услуг, тыс. сомони	1434,2	1612,0	112,4
2.	Себестоимость услуг, тыс. сомони	968,9	1009,5	104,2
3.	Прибыль от реализации, тыс. сомони	465,3	602,5	129,5
4.	Фонд оплаты труда, тыс. сомони	183,2	192,0	104,8
5.	Среднесписочная численность работников, чел.	21	23	109,5
6.	Средняя величина основных фондов, тыс. сомони	1122,5	1218,0	108,5
7.	Среднегодовая сумма оборотных средств, тыс. сомони	1086,6	1154,0	106,2
8.	Фондоотдача, сомони/сомони	1,27	1,32	103,9
9.	Фондоемкость, сомони	0,78	0,75	96,2
10.	Фондовооруженность, тыс. сомони	53,5	52,9	98,9
11.	Фондорентабельность, %	41,5	49,5	+8,0
12.	Интегральный показатель эффективности использования основных средств	7,26	8,1	111,6
13.	Скорость обращения, количество оборотов	1,32	1,40	106,1
14.	Время обращения, дн.	273	257	94,1
15.	Рентабельность средств, %	42,8	52,2	+9,4
16.	Объём услуг на одного работника, тыс. сомони	68,3	70,1	102,6
17.	Объём услуг на 1 сом. фонда заработной платы, сом.	7,83	8,40	107,3
18.	Прибыль от реализации на 1 сомони фонда заработной платы, сомони	2,54	3,14	123,6
19.	Интегральный показатель эффективности использования ФЗП	4,46	5,1	114,3
20.	Комплексный показатель оценки эффективности хозяйственной деятельности, сомони	0,60	0,63	105,0
21.	Комплексный показатель оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности, сомони	0,19	0,23	121,1
22.	Комплексный показатель оценки эффективности трудовой деятельности, сомони	4,46	5,14	115,2
23.	Интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности, сомони	0,84	0,93	110,6

Источник: Расчёты автора на основе: Статистическая отчетность салона «Шабнам» - Худжанд, 2018.-66с.

Темп прироста объема реализации услуг на 12,4%, прибыли на 29,5% способствовали повышению эффективности использования основных фондов на 0,84. При этом показатели фондоотдачи увеличились на 3,9%, фондорентабельности на 19,3%. Однако фондовооруженность снизилась на 3,8%, что свидетельствует о снижении технической оснащенности труда работников салона.

Объем оборотных средств увеличился на 6,2% и составил 1154,0 тыс. сомони и скорость обращения увеличилась на 0,08 оборота, что позволило сократить время обращения на 16 дней, при этом рост рентабельности средств на 9,4%. Сумма высвобожденных средств составила 71,6 тыс. сомони.

Интегральный показатель оценки эффективности всех сторон хозяйственной деятельности рассчитываются по формуле:³⁹

$$\Xi = V_p * V_{\text{фот}} * \text{Пфог}$$

где:

V_p – объем услуг на 1 сотрудника, тыс.сом.

$V_{\text{фог}}$ – объем услуг на 1 сомони фонда оплаты труда.

Пфот – прибыль реализации на 1 сомони ФОТ, сомони.

Увеличился по салону объем услуг на одного работника на 2,6%, на 1 сомони фонда оплаты труда на 7,3%. Положительное изменение указанных показателей способствовало росту интегрального показателя эффективности использования ФОТ на 0,64 (+10,6%).

В целом интегральный показатель эффективности всех сторон хозяйственной деятельности салона «Шабнам» возрос на 0,09, что свидетельствует об эффективности использования экономических ресурсов. Произведем оценку показателей интенсификации и экономического развития салонов «Олиха», «Шабнам», «Фея» (табл. 2.18).

³⁹ Восколович Н.А. Экономика платных услуг. Учеб.пособие. – М.ЮНИТА ДАНА – 2009. - С. 58

Показатели интенсификации и экономического развития бытовых салонов
салонов за 2016-2017 годы

Показатели	Темп изменения, %		
	№1 «Олиха»	№2 «Шабнам»	№3 «Фея»
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. сомони	109,4	108,5	110,2
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. сомони	107,1	106,2	103,5
Фонд заработной платы, тыс. сомони	106,0	104,8	110,5
Выработка одного работника, тыс. сомони	107,8	102,6	97,9
Скорость обращения оборотных средств (оборот)	106,2	106,1	108,1
Фондоотдача, сом.	103,7	103,9	100,8
Затратоотдача, сом.	126,2	122,9	126,0
Рентабельность, %	116,9	115,4	116,7
Темп интенсификации, %	1,02	1,01	1,00
Темп экономического развития	104,3	103,1	102,9

Источник: расчеты автора

Если темп интенсификации ниже 100,0%, то наблюдается тенденция ухудшения использования ресурсов, но так как по всем салонам данный показатель выше 100%, можно утверждать, что ресурсы используются эффективно.

Темп экономического развития наиболее высокий по салону «Олиха» (104,3%)

На основании приведённых данных произведём рейтинговую оценку экономической эффективности салонов за 2017 год (таблица 2.19).

Таблица 2.19

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности салонов
за 2017 год

Салоны	Объём реализованных услуг тыс. сомони	Стоимость оборотных средств тыс. сомони	Стоимость основных фондов тыс. сомони	Себе-стоимость тыс. сомони	Численность работников чел.	Прибыль тыс. сомони
Салон «Олиха»	1430,5	765,0	840,0	920,6	20	509,9
Салон «Шабнам»	1612,0	1154,0	1218,0	1009,5	23	602,5
Салон «Фея»	1215,0	907,6	1014,0	903,0	16	312,0

Источник: расчеты автора

На основании методики рейтинговой оценки эффективности экономической деятельности проведём ранжирование предприятий с целью определения рейтинга. Для этого используем систему показателей, представленную в таблице 2.19, и построим матрицу (таблица 2.20).

Таблица 2.20

Матрица исходных показателей

	Фондоотдача (сомони/сомони)	За 2017 год			Рентабельно сть продаж (%)
		Скорость обращения оборотных средств (обор.)	Произво- дительность труда (тыс сомони)	Затрато- отдача (сомони)	
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
Салон №1	1,70	1,87	71,5	0,55	35,6
Салон №2	1,32	1,40	70,1	0,60	37,4
Салон №3	1,19	0,75	75,9	0,35	25,7

Источник: расчеты автора

Сравнительная оценка эффективности экономической деятельности даёт возможность ранжировать показатели и определить место каждого предприятия на основе матрицы представленных выше данных. По результатам расчётов первое место занял салон №1 «Олиха», второе - №2 «Шабнам», третье - №3 «Фея», в рейтинге салонов со средними баллами соответственно: 2,18; 2,10; 1,84 (табл 2.21).

Таблица 2.21

Рейтинг салонов города Худжанда по экономической эффективности
(в относительных показателях)

Салон	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Рейтинговая оценка	место
1	1	1	0,94	0,93	0,95	2,19	1
2	0,78	0,75	0,92	1	1	2,11	2
3	0,71	0,40	1	0,58	0,68	1,84	3

Источник: расчёты автора

Это свидетельствует о продуманной стратегии предприятия направленной на удовлетворение потребностей посетителей салона, обеспечение высокого уровня обслуживания и обеспечение укрепления позиций на рынке бытовых услуг в условиях усиливающейся конкуренции.

Для комплексной оценки экономической эффективности и качества обслуживания салонов г. Худжанда рассчитаем интегральный показатель по каждому салону (таблица 2.22).

Таблица 2.22

Расчет интегрального показателя оценки экономической эффективности и качества обслуживания по салонам г. Худжанда (в баллах)

Показатели	Салоны		
	№1 «Олиха»	№2 «Шабнам»	№3 «Фея»
Качество обслуживания	4,17	3,97	3,94
Экономическая эффективность	2,19	2,11	1,84
Интеграционный показатель	3,02	2,89	2,60

Источник: расчёты автора

По итогам таблицы оценки экономической эффективности и качества обслуживания следует вывод, что наиболее сильные позиции по экономическим показателям и качеству обслуживания имеет салон «Олиха» (интегральный показатель 3,02). Соответственно другие салоны имеют значения интегрального показателя: «Шабнам» - 2,89, «Фея» - 2,60.

Несмотря на положительные тенденции в развитии анализируемых салонов красоты по результатам финансово-хозяйственной деятельности, в их работе имеются и определенные недостатки: узкий спектр услуг для детей, эксклюзивных услуг, отсутствие возможности обслуживания клиентов на выезде, слабо поставленная маркетинговая работа и т.д.

В совокупности анализ вышеприведённых показателей свидетельствует о том, что эффективность хозяйственной деятельности предприятий бытового обслуживания и поток посетителей зависит от основного критерия – качества обслуживания.

2.3. Факторы, влияющие на социально-экономическую эффективность бытового обслуживания

На сферу бытовых услуг в Республике Таджикистан и её регионах оказывают влияние факторы, как внутреннего характера, так и внешние.

К основным макроэкономическим показателям, оказывающим влияние на развитие бытовых услуг, относятся: ВРП, численность и состав населения, денежные доходы населения, налоги, цены и тарифы на услуги, инвестиционная политика.

Одним из основных показателей развития экономики является ВРП, данные по которому отражены в таблице 2.23.

Таблица 2.23

Валовой региональный продукт по Республике Таджикистан и регионам за 2010-2017 годы⁴⁰

Показатели	Един. изм	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 к 2010 раз
ВРП по республике всего в т.ч. на душу населения	млн смон	22309,0	27018,8	32784,7	36535,1	40836,2	43745,9	47864,1	54011,2	2,4
	смон	2927	3460,1	4104,5	4476,7	4889,4	4859,4	5474,7	6047,5	2,1
Хатлонская обл. -всего -на душу населения	млн смон	6493,2	8013,2	9572,6	9869,7	11777,5	12855,2	14621,7	16049,7	2,5
	смон	2406,1	2897,2	3380,5	3404,9	3963,5	4217,9	4679,8	5017,9	2,1
Согдийская обл. -всего -на душу населения	млн смон	5716,2	7179,3	8961,2	10439,1	11530,5	12036,9	13876,0	16676,8	2,9
	смон	2543,2	3123,1	3814,9	4348,5	4695,8	4793,7	5418,6	6393,3	2,5
ГБАО -всего -на душу населения	млн смон	416,1	350,5	525,7	633,2	721,7	716,8	854,1	966,6	2,3
	смон	2015,0	1681,1	2500,9	2985,3	3367,7	3310,5	3878,7	4323	2,1
г. Душанбе -всего -на душу населения	млн смон	5201,0	6774,4	8073,8	9410,5	10176,2	10546,4	10091,3	11003,9	2,1
	смон	7113,9	9056,7	10563,7	12130,1	12902,5	11796,2	12363,8	13235	1,9
РРП -всего -на душу населения	млн смон	4482,0	4701,4	5651,4	6181,8	6630,3	7590,6	8421,0	9314,3	2,1
	смон	2579,7	2632,2	3084,5	3298,7	3449,7	3673,6	4166,3	4501,4	1,7

ВРП в целом по республике возрос в 2,4 раза за 2010-2017 г.г. в том числе по Хатлонской области в 2,5 раза ; Согдийской в 2,9 раза; ГБАО 2,3 раза; г.

⁴⁰ Источник: Составлено автором по данным статистического ежегодника Республики Таджикистан – Душанбе, АСПП. – 2018. – С.200.

Душанбе в 2,1 раза; РРП 2,1 раз. Наиболее высокие темпы роста как в целом, так и на душу населения наблюдаются в Хатлонской и Согдийской областях, что свидетельствует об относительно устойчивых темпах развития экономики указанных регионов.

Большую роль в развитии сферы бытовых услуг играет фактор численности и состава населения республики и регионов как основных потребителей услуг (таблица 2.24).

Таблица 2.24

Динамика численности населения Республики Таджикистан по регионам за 2010-2017 годы⁴¹ (тыс.чел.)

Регионы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 г. к 2010, %
Хатлонская область - всего	2698,6	2765,8	2831,7	2898,6	2971,5	3047,8	3124,4	3198,5	118,5
Согдийская область - всего	2247,6	2298,8	2349,0	2400,6	2455,5	2511,0	2560,8	2608,5	116,1
ГБАО - всего	206,5	208,5	210,2	212,1	214,3	217,4	220,2	223,6	108,3
г. Душанбе - всего	731,1	748,0	764,3	775,8	788,7	802,7	816,2	831,4	113,7
РРП - всего	1737,4	1786,1	1832,2	1874,0	1922,0	1972,3	2021,2	2069,2	119,1
По республике - всего	7621,2	7807,2	7987,4	8161,1	8352,0	8551,2	8742,8	8931,2	117,2

Численность постоянного населения республики и регионов имеет тенденцию к устойчивому росту. За период с 2010 г. по 2017 г. она возросла на 1310,0 тыс. чел., при среднегодовом темпе роста 104,0%. При этом на долю мужского населения в 2017 г приходилось 50,7% населения, женского – 49,3%. Наиболее быстрыми темпами растет численность населения в таких регионах как Хатлонская область и РРП. Доля Согдийской области в численности населения республики составила в 2017 г. – 29,2%, то есть почти треть населения – 50,2%, женского – 49,8%;

⁴¹ Источник: Составлено автором по данным статистического ежегодника Республики Таджикистан – Душанбе, АСПП. – 2018 . – С 26.

За последние годы усилились процессы миграции населения. Наиболее активно отток населения протекает из сельской местности (72,5%), что связано с отсутствием работы и низкими денежными доходами.

Таблица 2.25

Динамика численности и состава населения Республики Таджикистан за 2010 – 2017 годы, (тыс.чел.)

№		2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 к 2010 (%)
1	Численность постоянного населения	7621,2	7987,4	8161,1	8352,0	8551,2	8742,8	8931,2	117,2
2	Трудовые ресурсы в т.ч.	4530	4796	4859	4983	5111	5224	5326	117,6
	- занятое население	2233	2291	2307	2325	2380	2384	2407	107,8
3	Численность работников, занятых в сфере бытового обслуживания	3,7	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3	2,2	59,5
4	Доля работников бытового обслуживания в численности занятого населения, %	0,16	0,092	0,091	0,095	0,092	0,096	0,091	-0,007

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан – Душанбе, 2018 с 10-11

Сфера бытового обслуживания играет определенную роль в реализации социальной эффективности, в частности, решая проблему занятости населения. Так доля работников бытового обслуживания в общей численности занятого населения в 2017г составила 0,09%, тогда как в 2010г – 0,16. На сложившуюся ситуацию повлияло сокращение количества предприятий бытового обслуживания в связи с отсутствием оборотных средств, высокими налогами и т.д.

На развитие сферы бытовых услуг большое влияние оказывают денежные доходы населения (табл. 2.26). В расчете на душу населения денежные доходы по республике в 2017 г. составили – 374,12 сомони, по Согдийской области –

452,72 сомони в месяц, то есть по отношению к среднереспубликанскому значению (1,21%). По городам и районам области низкие денежные доходы в расчете на душу населения наблюдаются в Матчинском, Зафарабадском районах, г. Пенджикент.

Из общей суммы доходов населения потребительские расходы составили 90,0%, в том числе на оплату услуг – 15,3% из них бытовые услуги – 8,5%; по Согдийской области соответственно: 88,7%; 16,8%; 1,2%.

Таблица 2.26

Денежные доходы и расходы населения Согдийской области⁴²

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017г. к 2010 г. в %
Среднедушевой совокупный доход населения в месяц, сомони	277,96	292,35	340,07	384,31	367,85	349,0	396,60	452,7	162,9
Потребительские расходы населения на 1 члена домохозяйств в месяц, сомони,	242,5	258,28	305,75	339,43	326,72	318,83	347,69	401,46	165,6
в т.ч.									
- на бытовые услуги;	1,58	1,62	3,65	3,92	3,17	3,40	4,09	4,90	310,1
- в % к общему расходу	0,7	0,6	1,2	1,1	1,0	1,1	1,2	1,2	+0,5

Как свидетельствуют данные таблицы 2.26, несмотря на относительный рост расходов населения на бытовые услуги, их доля в общей сумме потребительских расходов составляет в среднем от 0,6 до 1,2%.

Одним из основных факторов, влияющих на объем бытовых услуг, являются цены и тарифы на бытовые услуги. За 2010-2017 годы среднегодовой сводный индекс потребительских цен по республике составил 106,8%, на платные услуги – 105,3%; по Согдийской области соответственно: 106,9%; 103,1%; на бытовые услуги по республике – 107,5%, по области – 109,9% (рис.6).

⁴² Источник: Расчеты автора по данным статистического ежегодника Республики Таджикистан – Душанбе, АСПП.-2018.-С.113.



Рисунок 6 - Динамика индексов тарифов на бытовые услуги

Индексы цен на потребительские товары и тарифы на платные услуги, в том числе бытовые, в Согдийской области ниже, чем по республике. Вместе с тем, по области за 2017 г. за счет роста тарифов на бытовые услуги получено выручки в объеме – 116016,8 тыс. сом. (7,1%), при темпе роста в сопоставимых ценах 90,9%.

Изменение динамики и состава бытовых услуг населению в перспективе будет зависеть в значительной степени от имеющейся тенденции роста ВРП, денежных доходов населения, экономической политики по регулированию цен и тарифов на услуги, развития потребительского рынка и т.д.

Необходимо снизить бюрократическую нагрузку на хозяйствующие субъекты, отменить лицензирование отдельных видов услуг, в частности прачечных, перерегистрацию юридических лиц, создать более благоприятную предпринимательскую среду, что послужит базой для обеспечения стабилизации и сохранения динамичного развития.

Особая роль в развитии сферы бытовых услуг отводится предпринимательству (табл. 2.27).

Динамика основных показателей деятельности малых предприятий, имеющих статус юридического лица по Республике Таджикистан и Согдийской области за 2010-2017 годы⁴³

Показатели	Республика Таджикистан			Согдийская область			Доля Согдийской области, %		
	2010	2015	2017	2010	2015	2017	2010	2015	2017
Число действующих предприятий на конец года, ед.	2865	5176	4455	645	1366	1070	47,7	26,4	24,0
Численность работающих, тыс. чел. В среднем на 1 предприятия, чел	19,9	28,4	22,2	4,6	6,7	5,1	23,1	23,6	22,9
	6,9	5,5	5,0	7,1	4,9	4,3	-	-	-
Выручка от реализации продукции (работ, услуг), в т. ч. в среднем на одно предприятие	1836,2	6170,9	4351,7	300,9	1724,9	1314,4	16,4	27,9	30,2
	640,9	1892,2	976,8	466,5	1262,7	1228,4	-	-	-

Как свидетельствуют данные таблицы 2.27. Число действующих предприятий малого бизнеса за период с 2010 по 2017 г.г. в целом по республике возросло на 1590 ед. (+55,5%), по Согдийской области на 425 ед. (+65,9%), что характеризует наличие опережающих темпов роста по сравнению с республикой. На долю области приходится 22,9% численности работающих, 30,2% выручки от реализации продукции (работ, услуг).

Предпринимательство в сфере услуг является важным источником мобилизации экономических ресурсов хозяйствующих субъектов различных территориальных образований. Содержание предпринимательской деятельности сводится к открытию собственного дела и наличием инновационного момента, что дает возможность рассматривать его со следующих позиций:

⁴³ Источники: Расчеты авторы по данным статистического ежегодника Республики Таджикистан – Душанбе, АСПП.-2017.-С.114.

- инновационная деятельность как функция предпринимательства;
- деятельность предпринимателя как реализатора предыдущей функции;

Предпринимательство в сфере услуг направлено на поиск и реализацию современных видов услуг с целью удовлетворения растущих потребностей населения с целью их приобретения, использования и потребления.⁴⁴

Малое предпринимательство играет большую роль в рыночной экономике, наделяя ее необходимой гибкостью и адаптивностью, что имеет особое значение в условиях усиливающейся дифференциации потребительского спроса, расширения ассортимента предоставляемых услуг.

Большое значение имеет предпринимательство в формировании конкурентной среды, в решении проблемы занятости, и как следствие – в снижении социальной напряженности в обществе. В этой связи развитие предпринимательства является одним из стратегических направлений в формировании социально ориентированной рыночной экономики.

Так, Е.П. Кулик считает, что «поступательное движение малого и среднего предпринимательства является важнейшим фактором успешного решения проблем формирования конкурентных цивилизованных рыночных отношений, содействия структурной перестройке экономики»⁴⁵

Малое и среднее предпринимательство является основой сферы услуг и в частности, бытовых услуг населению. Данная ситуация характерна для многих развитых стран. К примеру, в США на их долю приходится 60% ВВП, Германии – 53%, Японии – 55% и т.д. В Таджикистане на долю малого бизнеса приходится 7,12% ВВП.⁴⁶

⁴⁴ Богомолова И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов. – М.: Маркетинг в России и за рубежом. – 2005 - №1. – С. 9-11.

⁴⁵ Кулик Е.П. Место и роль малых и средних предприятий в смешанной экономике. Социально-экономическое развитие России. – Саратов, изд. центр СГСЭУ, 2007. – С. 122.

⁴⁶ Статистического ежегодник Республики Таджикистан – Душанбе, 2018. - С.222.

Взаимосвязанный с крупным бизнесом он является базой, обеспечивающей устойчивое развитие экономики, укрепления её конкурентных позиций.

Развитие предпринимательства в сфере услуг выступает решением следующих проблем:

- формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, нацеленных на удовлетворение потребностей общества;
- сближение сферы производства и потребления;
- содействие структурной перестройке экономики;
- вовлечение личных средств граждан в общественное воспроизводство;
- создание дополнительных рабочих мест, снижение уровня безработицы;
- развитие индивидуальных, интеллектуальных способностей людей;
- формирование «среднего класса»;
- активизация научно-технического прогресса и т.д.

Вместе с тем, в развитии предпринимательства в сфере услуг имеются проблемы и неудачи, связанные с факторами внутренней и внешней среды.

Расчет влияния основных факторов макроэкономического характера произведен на примере Согдийской области, занимающей ведущее место в развитии сферы бытовых услуг на основании данных таблицы 2.28 с использованием корреляционно-регрессионного анализа (приложена 3.4).

Как свидетельствуют результаты расчетов наибольшее влияние на объем бытовых услуг оказывают ВРП, численность населения. Средняя степень тесноты связи зафиксирована с доходом на душу населения. С индексом цен на бытовые услуги обратная взаимозависимость.

На основе расчетов, нами составлено следующее уравнение регрессии:

$$Y = 1730,9 + 0,1618X_1 - 0,014X_2 - 4,897X_3 - 9,5393X_4 \quad (2.1)$$

Основные макроэкономические показатели, влияющие на объем бытовых услуг
по Республике Таджикистан

Годы	ВРП, млн. сомони X1	Численность населения, тыс. чел. X2	Доход на душу населения X3	Индекс цен на бытовые услуги, % X4	Объем бытовых услуг, млн. сомони Y
2008	15886,1	7250,8	153,16	111,1	1403,9
2009	18112,6	7417,4	155,72	104,1	1796,8
2010	22308,8	7621,2	190,18	104,7	2105,2
2011	27018,8	7807,2	225,62	104,1	2587,2
2012	32784,7	7987,4	258,81	103,7	3310,6
2013	36535,1	8161,1	293,58	104,7	3608,3
2014	40836,2	8352,0	323,64	106,6	3707,3
2015	43745,9	8551,2	297,61	108,2	3758,6
2016	49921,1	8742,8	351,14	109,1	3694,1
2017	54011,2	8931,2	374,12	103,5	3908,3

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан - Душанбе, АСПРТ, 2018.- 484с.

С целью изучения состояния рынка бытовых услуг особое внимание уделяется изучению его конъюнктуры, т.е. соотношению спроса и предложения.

Рост потребления бытовых услуг взаимосвязан с проявлением закона возвышения потребностей, суть которого заключается в том, что повышение уровня жизни населения, культурного уровня отражается на количестве и качестве изменении их потребностей. Потребность в бытовых услугах обусловлена потребностью в деятельности, связанной с созданием нормальных условий жизнедеятельности человека на современном этапе существования.

Для исследования потребностей населения в бытовых услугах необходим анализ их специфических особенностей и выполняемых функций. Потребности в услугах взаимосвязаны с процессом производства, т.к оно ориентировано на их заказы. Заказчик, в свою очередь, оценивает результаты процесса производства услуги.

Отдельная часть потребностей, помимо спроса, реализуется в формах, минуя рынок и связаны с процессами купли – продажи. Данная группа потребностей удовлетворяется за счет бытовых услуг, созданных в домашнем

хозяйстве. Следует отметить, что потребности всегда опережают по объему и составу спрос, т.к. спрос конкретен и количественно определен.

Движение потребностей в условиях потребления бытовых услуг имеет отличия от движения товаров: Так при несоответствии предложения по объему, качеству, цене и другим параметрам спросу, последний может не носить характер неудовлетворенности и может принять форму самообслуживания. Но при этом их нельзя отнести к категории удовлетворенного спроса, т.к. нет факта его оплаты.

Анализируя показатели динамики сферы бытовых услуг можно сделать следующие выводы:

В связи с формированием рыночных отношений и переходным периодом спрос потребителей на бытовые услуги значительно сократился. Низкий уровень доходов населения, сезонность производства отдельных видов услуг способствуют снижению эффективности деятельности предприятий, сокращению рабочих мест, доходов предприятия.

Закрытие значительного числа предприятий в переходный период, их перепрофилирование, низкая культура управления привели к сокращению уровня обеспеченности населения бытовыми услугами. Если в 1991г. число предприятия бытового обслуживания в республике составляло 5850 единиц при численности населения – 5505,6 тыс. чел. (на 1000 жителей – 1,06 ед.), то в 2017 – 413 единиц при численности населения 8931,2 тыс. чел. (на 1000 жителей – 0,05 ед.). Миграционные процессы привели к оттоку высококвалифицированных кадров по ремонту бытовой техники, телерадиоаппаратуры и др. Сократились такие виды услуг как химически, крашение, обновление одежды, обуви и некоторые другие.

Сохранен спрос на услуги парикмахерских, фотоателье и число предприятий в этой сфере увеличивается.

Применение различных методов анализа рыночной конъюнктуры позволяет сформировать экономическую систему бытового обслуживания

адекватно рыночной среде. Основные факторы, влияющие на предложение, отражены на рисунке 7.

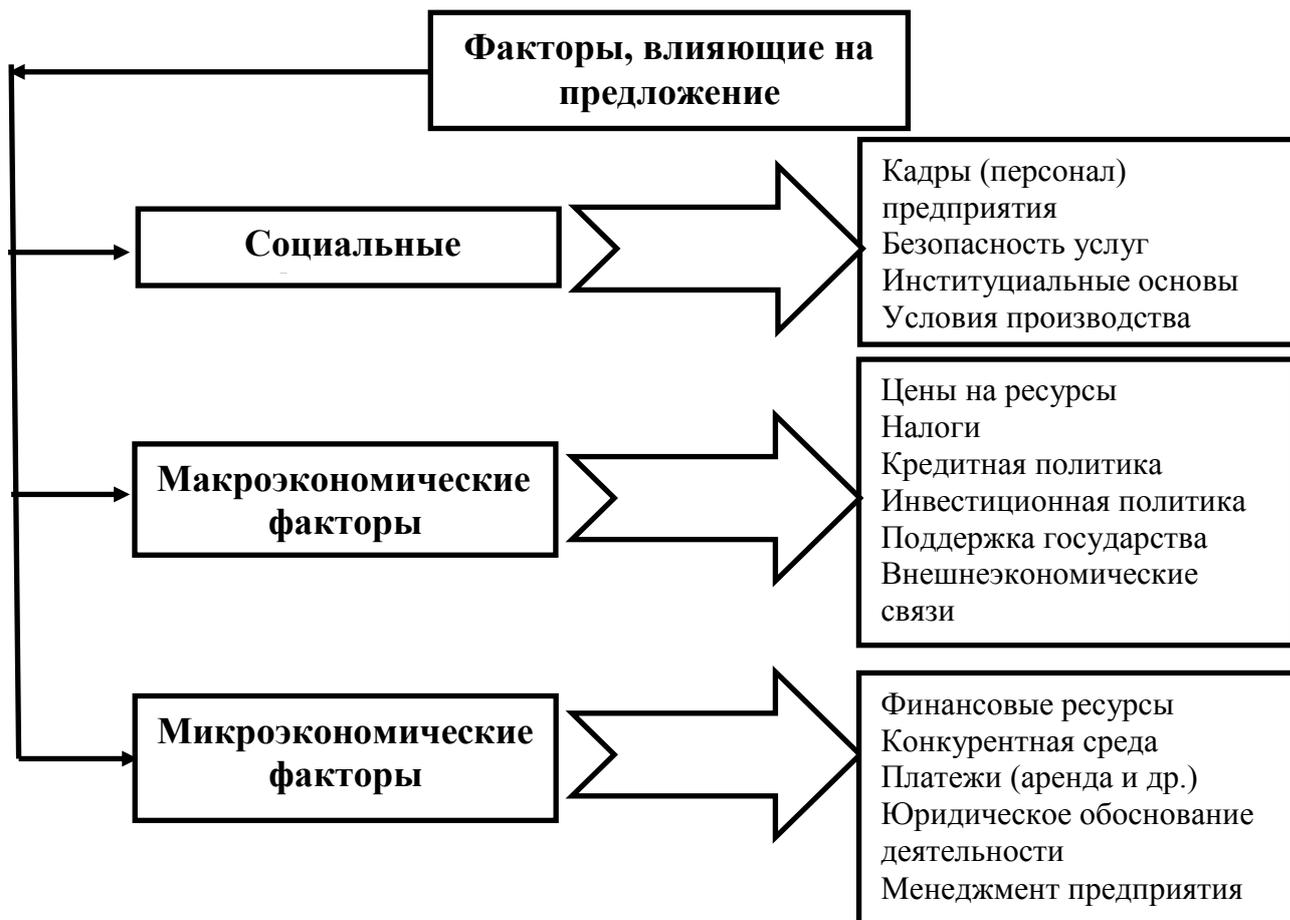


Рисунок 7- Система факторов, влияющих на предложение бытовых услуг⁴⁷

К общим факторам предложения бытовых услуг на рынке относятся система налогообложения, уровень инвестирования, система кредитования, государственная поддержка, кадровый потенциал, цены на ресурсы, конкуренция, аренда и т.д. В процессе важно оценить влияние каждого из них для хозяйствующего субъекта с целью принятия обоснованного решения для дальнейшего развития.

Определяющим в развитии сферы бытовых услуг фактором является спрос населения, который изменяется адекватно рыночной ситуации.

К основным факторам, влияющим на спрос относятся:

⁴⁷ Дмитриев В.И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги. –М.: Лениздат, 1986. – С. 97-105.

1. Социальные факторы: «общественно-экономическая формация, характер общественного производства, обмена, распределения материальных благ, состав населения; уровень занятости населения, его культурный уровень, национальные традиции, особенности быта и т.п.».

2. Экономические факторы: денежные доходы населения, их структура, распределение, цены на товары и тарифы, уровень обеспеченности населения товарами длительного пользования, состояние торговли, в целом и в ассортименте и др.

3. Демографические факторы: «численность населения, число семей, их распределение по составу и размерам, доля городского и сельского населения, миграционные процессы и др.».

4. Природно-климатические факторы: месторасположение территории, климат, продолжительность времен года и т.п.

В процессе анализа различных видов бытовых услуг выделяются факторы, оказывающие существенное влияние на неё с учетом технико-технологических показателей. При этом все факторы можно разделить на две группы: общие и частные.

Общие факторы влияют на общий объем и структуру спроса населения, в частности, рост доходов населения на одного человека, способствует увеличению объема потребления бытовых услуг, их структуру; снижение тарифов на бытовые услуги увеличивает спрос на них.

Частные факторы влияют на определенный вид бытовых услуг. Так при увеличении объема производства и реализации товаров длительного пользования растет спрос на их техническое обслуживание и ремонт.

По продолжительности влияния факторов на спрос они делятся на длительные и краткосрочные воздействия.

В зависимости от скорости изменения влияния факторы делятся на мобильные, мало изменяющиеся и условно неизменные. К первым относятся

экономические факторы (например, денежные доходы) и они оказывают наиболее существенное влияние на спрос на услуги.

По степени управляемости факторы делятся на регулируемые и нерегулируемые. Регулируемые фиксируются комплексом показателей экономического, социального и демографического характера, что дает возможность целенаправленно управлять процессом спроса на бытовые услуги. В группу нерегулируемых можно отнести отдельные национальные традиции, привычки, состав населения по полу и возрасту.

По признаку количественной определенности количественно измеримыми являются такие факторы как экономические, демографические, отдельные социальные факторы. Нет возможно количественно измерить такие факторы как традиции народа, мода и др.

Информацию о влиянии качественных факторов на спрос потребителей можно получить на основе социологических опросов.

Качественная оценка позволяет оценить намерения потребителей и построить структурные ряды их поведения и определить объем спроса, предъявляемым населением при условии изменения отдельных характеристик услуг.

В процессе анализа влияния факторов на изменения спроса на бытовые услуги следует учитывать особенности развития определенных территорий. Кроме этого важно учитывать такой фактор как период пользования услугой, т.е. частным распределением. Ощутимое влияние частотного фактора на бытовые услуги прослеживается на услуги ежедневного и повседневного спроса (услуги парикмахерских, ремонт обуви и т.д.).

Наличие информации о состоянии спроса на бытовые услуги с учетом влияния факторов, позволяет количественно и качественно оценить их влияние и составить научно обоснованные прогнозы по их развитию на перспективу, строить сложные социально-математические модели.

К особенностям потребления бытовых услуг является и тот факт, что создание и потребление услуг совпадают во времени и формирование спроса во многом зависит от индивидуальных и субъективных факторов, в том числе потребительских предпочтений.

Сопоставление услуг, их качества затруднено в связи с тем, что чем меньше в услуге вещественной составляющей, тем труднее их сравнить. При этом оценку качеству услуг можно дать после их потребления.

Формирование тарифов на услуги на потребительском рынке осуществляется под влиянием спроса и предложения. Вместе с тем, необходимо корректировать цены на социально значимые бытовые услуги, для обеспечения их доступности для малообеспеченных слоев населения, что необходимо учитывать при разработке государственных программ.

При этом следует выделить следующие специфические мировые тенденции в развитии сферы услуг;

1. Произошли радикальные изменения в структуре общественного воспроизводства: быстрыми темпами развиваются высокоинтеллектуальные отрасли сферы услуг, что способствует трансформации индустриальной экономики в «индустриально-сервисную» социально ориентированную экономики в зависимости особенности стран;

2. На развитие сферы услуг оказывают влияние макроэкономические факторы развития национальных экономик, процессы гуманизации экономического роста, «социализация» экономического развития и закон возвышения потребностей, что способствует многообразию сферы услуг и росту требований потребителей к качеству оказываемых услуг.

3. В социально ориентированной экономике возникает необходимость создания товара и услуги, приобретающей специфическую общественно-экономическую роль всеобщей значимости; большинство услуг имеют смешанную, многопрофильную, многофункциональную направленность.

4. Рынок бытовых услуг является структурным элементом потребительского рынка. Между рынком услуг и рынком товаров существует взаимосвязь: оказание услуг часто сопряжено с продажей и эксплуатацией физических товаров, а также реализация товаров зачастую предполагает продажу комплекса оказываемых услуг.

Развитие национального рынка услуг в целом и бытовых услуг, в частности, зависит от сложившейся социально-экономической ситуации в стране и регионах, уровня доходов населения, платежеспособностью притока инвестиций, предположения и спроса на бытовые услуги, традиций народа. Низкие доходы населения, ограниченный ассортимент предлагаемых услуг и относительно низкое качество, преобладание «домашние труда» населения.

Несмотря на то что, в сфере услуг развитых стран охвачено значительная часть активного населения, её место в общественном воспроизводстве носит относительно подчиненный характер по отношению к материальному производству, т.к. её экономический потенциал определяет в развитии отраслей услуг, границы и ориентиры.

Вместе с тем и сфера услуг оказывает существенное влияние на развитие материального производства, уровень благосостояния народа, обеспечивает сбалансированность и взаимодействие фаз общественного воспроизводства.

Развитие сферы бытовых услуг зависит от инвестиций в отрасли, как за счет внутренних источников, так и иностранных инвестиций.

По данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан приток иностранных инвестиций в экономику Республики составил в 2017 – 1100,4 млн. долл. США, из которых 354,5 млн. долл. США составляют прямые инвестиции.⁴⁸

⁴⁸ Статистического ежегодник Республики Таджикистан – Душанбе, 2018. - С.231.

Вместе с тем, основная доля иностранных инвестиций направляется в отрасли добывающей промышленности, сельское хозяйство и незначительная часть в сферу услуг. В условиях нехватки оборотных средств у хозяйствующих субъектов привлечение инвестиций является важным условием обеспечения устойчивого роста. Для этого в республике создана соответствующая законодательная база (приложение 4).

Таким образом, в условиях усиливающейся конкуренции, влияния глобализационных и интеграционных процессов предприятиям сферы услуг следует сделать правильный выбор стратегии развития, оптимизировать бизнес-процессы, расширять и совершенствовать перечень продукции и услуг, внедрять инновационные технологии с целью улучшения обслуживания посетителей и эффективности деятельности.

ГЛАВА III. ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

3.1. Формирование стратегии развития бытового обслуживания населения

Современный этап реализации рыночных реформ в экономике Республики Таджикистан характеризуется усилением их социальной направленности. В решении задач повышения уровня и качества жизни населения большое значение имеет сфера услуг, в том числе бытовых.

Перспективы развития сферы бытовых услуг в Согдийской области определяются социально-экономическим развитием не только региона, но и республики в целом и зависят от влияния как экзогенных, так и эндогенных факторов.

К основным направлениям совершенствования сферы бытовых услуг относятся: выбор оптимальной стратегии развития предпринимательства, повышение качества обслуживания и т.д.

С целью повышения конкурентоспособности и укрепления позиций хозяйствующими субъектами сферы бытовых услуг следует определить стратегию развития, предполагающей определение приоритетов функционирования, формирование сбалансированной конъюнктуры, усиления интеграционных процессов.

В мировой практике выделяют следующие стратегии:

1. Портфельные – заключаются в управлении экономическими ресурсами на основе выбора стратегических зон развития (территориально, экономически, социально-этнически дифференцированные части системы, развивающихся для достижения цели). Стратегическими зонами могут быть сочетание той или иной услуги и сегмента потребителей или размера хозяйствующего субъекта.⁴⁹

2. Стратегия роста обеспечивает сохранение существующих позиций или устойчивом поступательном их развитии. Это стратегия используется для определенных групп бытовых услуг определенных территорий.

⁴⁹ Рауфи А., Асроров И., Асророва З. От экономического роста к экономическому развитию// Известия АНРТ, серия: «Экономика». 2008 г. - № 1-2. – С.7-8.

3. Конкурентные стратегии – направлены на укрепление конкурентных позиций хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг.

На наш взгляд, для исследуемой сферы услуг наиболее приемлема портфельная стратегия, то есть построение портфельных матриц, где за основу взяты темпы роста спроса на услуги и уровень рентабельности, что позволит местным органам государственной власти определить в отношении конкретного вида бытовых услуг в рамках реализуемой стратегии развития.

Особое место в развитии сферы бытовых услуг отводится предпринимательству, как неотъемлемому элементу рыночной экономики. Субъекты малого и среднего предпринимательства дают возможность за короткий период приобщить к хозяйственной деятельности значительное количество людей, способствуют сокращению безработицы, увеличения предложения товаров (услуг) на потребительском рынке республики, позволяют развивать конкуренцию, обладают свойством мобильности относительно рыночной ситуации.

Вместе с тем, в республике сложились обстоятельства, отрицательно влияющие на развитие предпринимательства в сфере бытовых услуг:

- несовершенство нормативно-правовой базы;
- инфляционные процессы;
- отсутствие обоснованной финансовой и кредитной политики;
- слабая поддержка со стороны государства и т.д.

«Одним из основных факторов, сдерживающих развитие малого и среднего бизнеса», по мнению таджикского ученого Аминова И.А. «является его финансирование»⁵⁰

Проценты за кредит, предоставляемый хозяйствующим субъектам, являются очень высокими (24-36%), что в условиях нестабильности развития финансовой системы, является труднодоступными для предприятий.

⁵⁰ Аминов И.А., Аминов Х.И. Причины, сдерживающие развитие малого и среднего бизнеса //Вестник Таджикского государственного университета права, бизнес и политики. Серия гуманитарных наук - 2014. -54.

В связи, с чем необходимо расширять диапазон льготного долгосрочного кредитования для хозяйствующих субъектов социально-значимых отраслей, в том числе бытовых услуг, совершенствовать инфраструктуру банковского сектора.

Нами предлагается программа развития предпринимательства в сфере бытовых услуг.

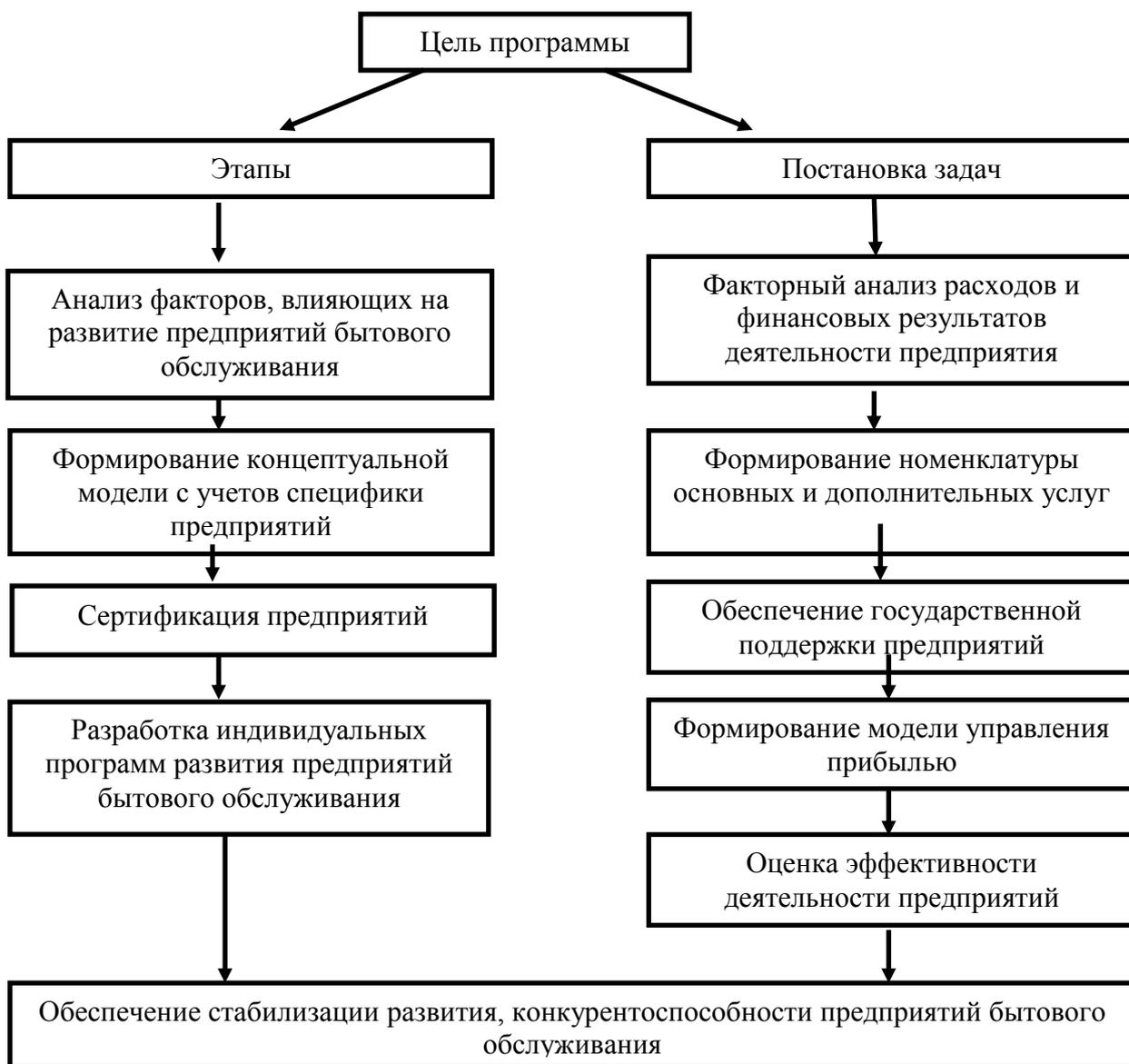


Рисунок 8 - Программа развития предпринимательства в сфере бытовых услуг
(составлено автором)

В основу программы развития предпринимательства положены следующие принципы:

- отражение основных направлений развития предприятий бытового обслуживания на перспективу;
- использование системного подхода при разработке программы развития предпринимательских структур;
- учет особенностей, стратегии развития экономики территориальных образований;
- применение принципов комплексного подхода с учетом динамики факторов внутренней и внешней среды и т.д.

Перспективы развития сферы услуг в республике связаны в основном с развитием предпринимательских структур. В связи с этим вопросы регулирования сферы бытовых услуг в интересах общества должны стать прерогативой органов власти различных территориальных образований, включать стратегические и тактические задачи социальной политики, использовать различные элементы экономического механизма на развитие предприятий бытового обслуживания.

Для развития сферы бытовых услуг в виду ограниченности финансовых ресурсов требует привлечение инвестиций, в том числе иностранных. В законе Республики Таджикистан «Об инвестициях» установлены инструменты обеспечения защиты инвестиций и прав инвесторов, порядок предоставления налоговых и таможенных льгот, условия возмещения в случае прекращения инвестиций не по вине инвестора, доходов в денежной или товарной форме. Однако в законе не оговорено кем будут возмещены инвестиции, а также доходы, порядок решения споров о возмещении, что придает ему относительно декларативный характер.

Вложение иностранных инвестиций по Согдийской области осуществляется в основном в отрасли добывающей промышленности и незначительная часть в сферу услуг, в основном в оптовую и розничную торговлю.

Предприятия должны ориентироваться в своем развитии на внутренние источники, формировать конкурентные преимущества на базе улучшения предпринимательской среды.

В области назрела необходимость организации на коммерческой основе Центра содействия предпринимательству в сфере услуг, в том числе бытовых. В функции Центра должны входить: предоставление консалтинговых, юридических, маркетинговых услуг, финансово-кредитное обеспечение посредством содействия с фондами поддержки и развития предпринимательской деятельности, создания собственной структуры самофинансирования, материально-техническое и кадровое обеспечение предприятий сферы бытовых услуг⁵¹.

Инновационная составляющая является важнейшим аспектом экономической политики страны, поэтому усиливается необходимость ведения работы по активизации инновационных и инвестиционных процессов на предприятиях и организациях...»⁵²

Одним из направлений инновационной политики в сфере услуг на современном этапе является формирование кластеров, в том числе в сфере бытовых услуг. Усиление конкуренции, применение новых технологий, появление продуктов заменителей ставят под угрозу устойчивость развития хозяйствующих субъектов, что вызывает необходимость их интеграции, с учетом определенных особенностей: самостоятельность субъектов, подвижность структуры, сетевой характер хозяйственных связей, длительный жизненный цикл структуры⁵³.

Анализ показывает, что в теории организации кластеров достаточно изученной является теория создания территориально – производственных

⁵¹Герасимов Б. И., Экономический анализ рынка услуг в сфере бытового обслуживания региона.- Монография, Изд. Центр ТГГУ, 2006 г., - С. 111-112.

⁵²Комилов С.Д., Махмадоминов М.Б. Инновационное развитие и совершенствование антикризисного управления предприятиями. -Душанбе.: 2011 г., - С.16

⁵³Бородина М.В. Современные тенденции развития сферы услуг и перспективы формирования кластеров // Проблемы современной экономики, 2013 – С. 188 – 190.

комплексов промышленных кластеров. Однако до настоящего времени теория кластеров сферы услуг является малоизученной.

В целом кластер представляет собой форму развития сетевых компаний, более устойчивую и конкурентоспособную, что способствует реализации интересов как хозяйствующих субъектов, так и государства, т.к. решаются проблемы безработицы, налоговых отчислений, привлечения инвестиций и в конечном итоге – росту благосостояния народа.

Кластеры являются «точками роста» определенных территориальных образований. По мнению М. Портера «кластер – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также, связанных с их деятельностью в определенных сферах, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу»⁵⁴.

Здесь особое значение предается географической концентрации связанных компаний, и ее понятие кластера раскрывается через квазиинтеграции⁵⁵. Это дает возможность на долгосрочной основе использовать собственные методы коммуникации и воздействия на участников кластера без субъектов из вне. Понятие кластер раскрывается с двух позиций – территориальный и отраслевой.

Кластер сферы услуг в качестве ядра имеет объединение предприятий бытового обслуживания. Для его формирования необходимы следующие условия:

1. Институциональные - обеспечение прав собственности, что представляет особую важность при защите прав инвесторов.
2. Спрос населения на услуги, обеспеченный денежными доходами.
3. Достаточно высокий уровень развития рыночных отношений и соответственно конкуренции, стимулирующих интеграционные процессы.

К особенностям формирования кластера бытовых услуг можно отнести:

⁵⁴ Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. - 608с.

⁵⁵ Методология исследования сетевых форм организации бизнеса (текст): коллект. Моногр. – М.: Высшая школа экономики, 2014.

1. В отличие от формирования промышленных кластеров, при инициативе в основном государства, кластеры в сфере бытовых услуг создаются по принципу «снизу - вверх» а не «сверху - вниз», так как представляют в основном добровольное объединение участников на взаимовыгодной основе и получение синергетического эффекта пропорционально вкладу в развитие объединения.

2. Формирование кластера преследует реализацию определенной цели и решению проблем региона. Цель кластера бытовых услуг заключается в обеспечении населения доступными услугами широкого ассортимента и высокого качества. В связи с чем, все элементы – производство, финансовая сфера, логистика должны быть нацелены на реализацию поставленной цели.

3. Сильная зависимость эффективности функционирования кластера от территориального расположения, т.к. предусматривает наличие тесных связей, координации действий между участниками кластера, потребителями услуг населением.

Применение кластерного подхода как эффективного, экономического механизма развития сферы бытовых услуг базируется на формировании базовой модели, определяющей число участников и формы их взаимодействия. При формировании кластеров существуют в основном два подхода:

1. Структурный – направленный на определение элементов кластера и обеспечение взаимосвязи между ними.

2. Функциональный – направлен на определение функциональных областей для разработки модели кластера, детализации функций кластера и его участников.

Кластер представляет собой комплексную систему на принципах сетевого взаимодействия, в связи, с чем отдельные авторы предлагают использовать процессный подход на основе выделения бизнес – процессов, целью которых является создание комплексной услуги для потребителей. Важное преимущество данного подхода заключается в возможности непрерывного управления отдельными процессами, а также в комплексе.

По мнению В. И. Фомичева «бизнес – процесс представляет собой последовательные действия в рамках цепочки создания стоимости. Для сферы бытовых услуг основной целью бизнес – процессов является создание комплексной услуги для потребителя, включающей как основные, так и вспомогательные процессы, формирующие условия для максимального их удовлетворения».⁵⁶

Кластеры дают возможность обеспечить малому и среднему бизнесу высокий уровень специализации при обслуживании, активизировать формы и методы обслуживания.

Одной из основных проблем в данной сфере экономики является отсутствие высококвалифицированных специалистов, особенно среднего звена, что сказывается на качестве обслуживания и эффективности функционирования предприятий.

Нами предлагается следующая примерная схема кластера бытовых услуг, создание которого целесообразно на территории Согдийской области (рис. 9).

Кластеры на современном этапе являются важной составляющей стратегии повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг.

Центральное место институциональной структуры зачастую занимает бизнес – инкубатор, создающий необходимые условия для оказания различного вида услуг: организационных, маркетинговых, юридических и т.д., а также бизнес услуг по продвижению бизнес – проектов, кадровым вопросам и т.д. Эффективность функционирования бизнес – инкубаторов зависит не только от факторов внутренней среды, но и государственной поддержки, особенно на региональном уровне: выделение помещений, налоговые льготы, финансовая помощь и др.

⁵⁶ Фомичев В.И. мировая экономика и международный бизнес. – М. Экономика, 2012. – С.210.



Рисунок 9 – Предлагаемая схема кластера бытовых услуг

На современном этапе экономического развития республики целесообразно создание организационных инкубаторов с технологиями среднего уровня, способствующих быстрому развитию предприятий малого бизнеса.

Сфера бытовых услуг является многоотраслевой системой, в связи с чем бизнес – инкубатор может быть многопрофильным, включающим несколько бизнес – линий по отраслевым группам оказываемых бытовых услуг, каждая из которых может включать несколько проектов, находящихся на различных стадиях разработки и фирмы клиенты, сотрудничающих с бизнес – инкубатором (рис. 10.)

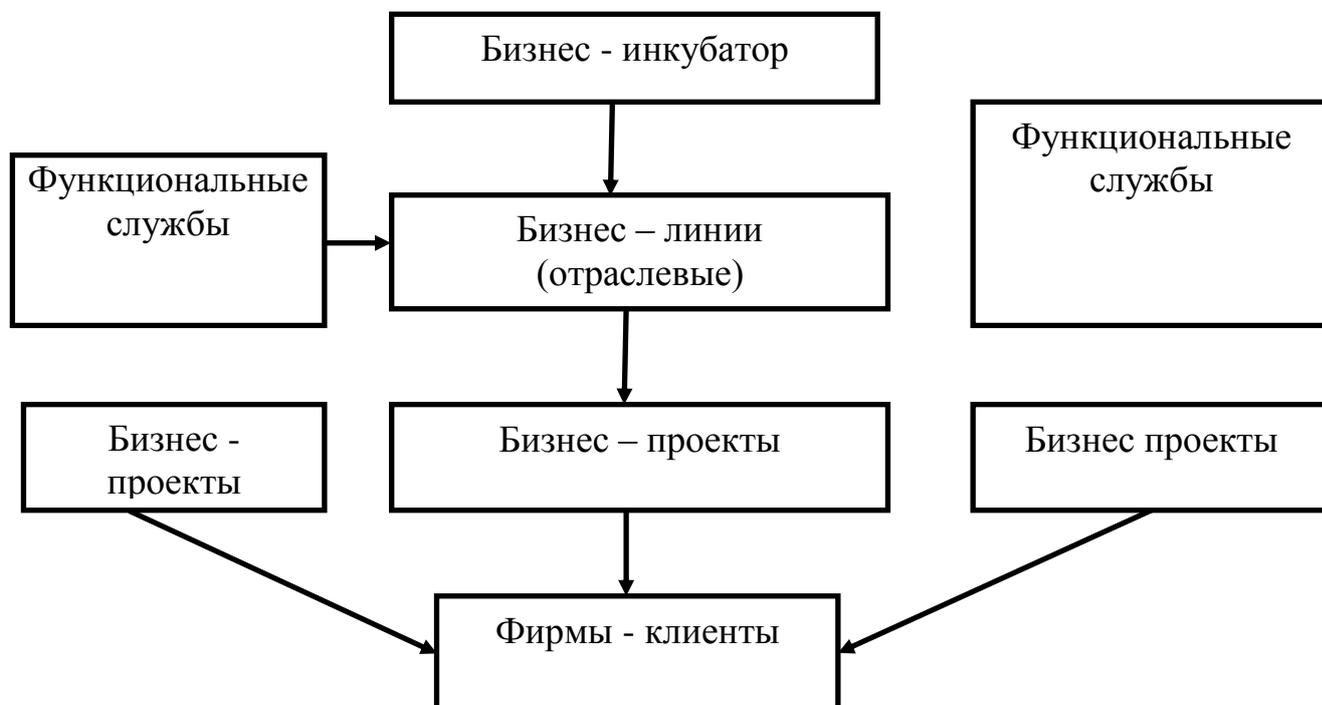


Рисунок 10 - Схема сервисного многопрофильного бизнес – инкубатора бытовых услуг

Перечисленные структурные составляющие, включая также банки, страховые компании, транспортные организации и другие в комплексе будут формировать благоприятную деловую и инвестиционную среду территории.

Источниками финансирования предложенной структуры могут выступать доходы, бюджетные средства, (гранты) кредиты банка, формирование

венчурную фонда за счет взносов участников инкубатора, фонда поддержки малого бизнеса и др.

Как свидетельствует опыт зарубежных стран, эффективными направлениями развития сферы бытовых услуг являются внедрение инновационных программ: «Автокрой», создание собственного сайта предприятий, расширение номенклатуры услуг, создание мобильных услуг, мотивация труда работников.

Следует отметить, что проводимые мероприятия по совершенствованию бытовых услуг, предоставляемых населению должны носить системный, комплексный характер.

Усиление конкуренции на рынке бытовых услуг значительно усложняют приток клиентов на предприятия. В сложившейся ситуации приоритетным направлением деятельности субъектов рынка являются повышение качества обслуживания, совершенствование системы управления и мотивации работников. При этом целесообразно исследовать влияние повышения качества обслуживания на социально-экономическую эффективность предприятия.

Обеспечение социально-экономической эффективности предприятий сферы бытовых услуг предполагает организационное сглаживание конъюнктурных колебаний, снижающих уровень диспропорции спроса и предложения на определенные услуги, что даёт возможность решить проблемы финансово-хозяйственной деятельности, сократить издержки за счёт оптимизации процессов и роста посетителей.

Применительно к анализируемым во второй главе диссертационной работы предприятиям, целесообразно с целью повышения качества обслуживания предложить следующие меры:

- обновить материально-техническую базу;
- повысить уровень комфортности для посетителей салонов;
- улучшить культуру общения персонала с посетителями;
- обеспечить повышение квалификации персонала, проводить семинары;

- осуществлять предоставление услуг в срок, на высоком качественном уровне;

- обеспечить единую форму и аккуратный внешний вид персонала и др.

Особое внимание должно быть уделено оптимизации организационной структуры управления, обеспечивающей контроль за качеством обслуживания.

Опираясь на то, что качество обслуживания на предприятиях бытового обслуживания, в частности, в салонах красоты, находится на недостаточно высоком уровне, следует организовать службу оперативного реагирования, действия которой позволят своевременно выявлять недостатки и в короткие сроки их ликвидировать.

В оценке деятельности предприятий сферы услуг большое значение имеет их посещаемость. Известно, что наиболее посещаемыми днями недели являются пятница, суббота, воскресенье, а также предпраздничные дни.

В разрезе месяцев - с февраля по июнь и предновогодние дни. Для активизации деятельности предприятий в малопосещаемые периоды предоставлять скидки клиентам. Проведённое исследование показало, что в указанных салонах красоты относительно средний уровень посещаемости, что свидетельствует о наличии резерва для увеличения потока клиентов и повышению качества обслуживания.

Следует проводить целенаправленную работу с персоналом предприятия по повышению уровня мастерства: организация тренингов, мотивация труда, разработка системы материального поощрения и др.

Особое место в деятельности предприятий должно уделяться рекламе, интенсивность которой должна иметь циклический характер в зависимости от сезонности и потока посетителей. Одним из направлений является распространение проспектов с предложением и кратким описанием предоставляемых услуг, акциях, информации о персонале.

Мы считаем, что в реализации рекламной стратегии салонов красоты приоритетным считаем применение стратегии интенсивного проникновения на

базе дифференцированного маркетинга в условиях углубления рыночной конкуренции.

Важным фактором повышения эффективности деятельности салонов является оптимизация номенклатуры услуг. При этом следует предусмотреть комплекс услуг для детей и семейный комплекс услуг. Широкий ассортимент предоставляемых услуг позволяет удовлетворять разнообразные запросы посетителей. Цены на услуги должны быть мобильными и изменяться в зависимости от времени работы и спроса на услуги.

Следует с периодичностью один, два раза в месяц проводить маркетинговые исследования (мониторинг) текущего положения предприятия на рынке услуг с целью объективной оценки ситуации и принятия, оперативных мер по совершенствованию работы. Необходимо для повышения социальной экономической эффективности деятельности предприятий провести маркетинговые исследования по следующим этапам:

- определение целевой аудитории и средства воздействия на неё и определить главные характеристики услуг;
- дать оценку эффективности рекламной политики;
- произвести анализ влияния рекламы, видов рекламных коммуникаций на динамику предпочтений целевой аудитории;
- сделать выводы по результатам исследования эффективности проведённых мероприятий и использование их при планировании.

По мнению У.Т. Саломовой «Возрастание роли и значения рынка услуг бытового обслуживания населения, требуют использования разработанных современных экономических рычагов управления, исследования вопросов регулирования действий участников рынка, формирования механизма государственного регулирования оказания бытовых услуг жителям, а также разработки научно-обоснованной стратегии экономических преобразований в

ней».¹ В связи с чем необходима программа (концепция) развития бытовых услуг в регионах.

Программа (концепция) развития бытового обслуживания должна предусматривать следующие направления:

1. Нормативно-правовое обеспечение функционирования предприятий сферы бытовых услуг;
2. Развитие инфраструктурной составляющей сферы бытовых услуг;
3. Государственная поддержка развития сферы бытовых услуг, особенно в сельской местности;
4. Кадровое обеспечение предприятий;
5. Содействие инновационному развитию предприятий бытового обслуживания;
6. Информационное обеспечение сферы бытовых услуг;
7. Формирование региональных центров по содействию развития предпринимательства в сфере бытовых услуг;
8. Совершенствование материально-технической базы сферы бытовых услуг, новых форм и методов обслуживания.
9. Инвестиционное обеспечение проектов за счет собственных и привлеченных финансовых ресурсов;

Одним из условий повышения конкурентоспособности предприятий бытового обслуживания является создание инфраструктуры, представляющей совокупность предприятий, организаций, институтов, создающих условия для нормальной жизнедеятельности и воспроизводственного процесса. Особое значение уровень развития инфраструктуры имеет для малого предпринимательства, предоставляющего социально – значимые услуги. По мнению Жукова Д.М. на рассматриваемом уровне рассматривают такие структурные составляющие: - институциональную и производственную

¹ Саломова У.Т. Развитие населения в бытовые обслуживания населения в условиях рыночной экономики. На материалах Республики Таджикистан. // Автореферат дисс. канд. экон. наук. – Душанбе, 2017.- С.3.

инфраструктуру, а также конкретную инфраструктуру в зависимости от вида деятельности².

Сейчас в основном рыночные реформы направлены на расширение возможностей достижения устойчивого экономического роста и ускорения процесса формирования рыночных отношений. Поэтому в стране важное место должно отводиться повышению качества экономического роста на основе создания благоприятной инновационной среды.

Таким образом, целью развития предприятий бытового обслуживания является обеспечение качественного обслуживания клиентов и увеличение их количества. Кроме этого приоритетными направлениями должны также стать повышение культуры обслуживания, расширение спектра услуг, оптимальная ценовая политика, модернизация стратегии маркетинга, совершенствование системы управления предприятием. Реализация перечисленных мер даст возможность совершенствовать предоставляемые услуги, снизить стоимость услуги при повышении их качества, повысить конкурентоспособность предприятий.

3.2 Основные направления повышения социально – экономической эффективности бытового обслуживания населению

На современном этапе развития экономики значительно возросла роль бытовых услуг в связи с их непосредственным влиянием на качество жизни населения и территориальной привязанности к потребителям, возможностям значительно расширить спектр услуг, предоставляемых предприятиями данной сферы. Вместе с тем, несмотря на относительно быстро развивающуюся систему бытовых услуг, для большей части населения, особенно проживающих в сельской местности и малообеспеченных, рассматриваемые виды услуг остаются недоступными. В данной ситуации обеспечение устойчивого роста

² Жуков Д.М. Регулирование социально-экономических процессов на региональном уровне : Дисс....докт.экон.наук.:08.00.05/Д.М.Жуков,2002.-264с.

сферы бытовых услуг, повышение качества обслуживания, особенно в территориальных образованиях с низким уровнем доходов населения и экономики, возможно на базе государственно - частного партнерства. При этом необходим комплексный подход к оказанию бытовых услуг на принципах государственно - частного партнерства и соответствующей материальной базы.

Важность государственного регулирования экономики одним из первых обосновал Дж. Кейнс. Представители монетаристской школы экономики М. Фридман, Ф.Хайек и другие считают, что постоянное вмешательство государства в рыночную экономику оказывает на нее негативное влияние. Они считают, что государственное регулирование должно стимулировать свободную хозяйственную деятельность, поддерживать необходимый уровень денежной массы в обращении и др.³

По мнению представителей школы институционализма необходимость государственного регулирования рынка объясняется несовершенством рыночной системы, и предлагают введению системы общественного контроля над предпринимательством.

Мы считаем, что государственное вмешательство реализуется в как важный механизм предусматривающий саморегулирование и регулирование со стороны государства.

Анализ трудов отечественных и зарубежных ученых экономистов, законодательной, нормативно – правовой базы, институциональных подходов к оказанию бытовых услуг, показал, что основные программы реализуются в регионах. В этих условиях приоритетным считаем использование системы государственно-частного партнерства.

Эффективность системы государственно - частного партнерства определяется участием в нем не только государства и предпринимательских структур в сфере бытового обслуживания.

³ Воробьев Н.Н. Формирование структуры рынков //АПК: Экономика, управление. - 2006, №6, - С. 30-31.

Именно взаимодействия государства с частным бизнесом в сфере бытового обслуживания населения на основе использования объектов различных форм собственности, и их ресурсного потенциала, взаимной ответственности сторон за выполнение договоров является оптимальной моделью современной формы развития сферы оказания бытовых услуг населению.

Процесс развития сферы, бытовых услуг в регионах Республики Таджикистан происходит в условиях дифференциации их социально – экономического развития.

Значительная часть населенных пунктов в сельской местности в условиях формирования рыночной экономики превратилась в депрессивную хозяйственную систему с отсталой инфраструктурой и низким уровнем жизни населения. Для выравнивания сложившейся диспропорции необходим эффективный механизм государственно - частного партнерства, объединяющего материальные и нематериальные ресурсы их субъекта на базе взаимовыгодности и долгосрочной перспективы.

В структуре экономического механизма государственно – частного партнерства входят поставщики бытовых услуг, интеграция которых включает следующие структурные элементы:

- сбор, отработка и обновление информации о спросе населения в оказываемых бытовых услугах;
- анализ объема, структуры, качества бытовых услуг, предоставляемых на рынке;
- анализ поставщиков услуг, функционирующих на рынке;
- исследование влияния органов государственного управления – заказчиков услуг бытового характера на конъюнктуру рынка;
- оценка существующей системы распределения ресурсов в разрезе получателей бытовых услуг; видов услуг и заключаемых договоров.

Проведенное исследование позволило сформировать модель государственно – частного партнерства в сфере бытовых услуг на региональном уровне (рис. 11).



Рисунок 11 - Модель государственно-частного партнерства в сфере бытовых услуг населению

По нашему мнению, на уровне региона программа развития государственно – частного партнерства в сфере бытовых услуг должна отражать такие составляющие:

- создание институциональной базы развития партнерства с учетом действующих законов и нормативных актов, регулирующих деятельность субъектов сферы бытового обслуживания;

- обоснование, разработку и реализации стратегии развития рыночных механизмов в сфере бытовых услуг с учетом опыта зарубежных стран.

Особое внимание должно уделяться развитию значимым социально-бытовым услугам. По мнению Сабировой З.Э. «значимые социально-бытовые услуги-услуги, выполняющие социозащитную функцию удовлетворения жизненно необходимых минимальных потребностей населения, в том числе

малообеспеченного, в быту, имеющие социально-общественную направленность и предусмотренные законодательством...».⁴

Анализ опыта зарубежных стран позволяет сделать вывод о том, что государственно – частное партнерство может стать условием реализации задачи по обеспечению доступности услуг бытового обслуживания для широких масс населения не только в городе, но и в сельской местности.

На современном этапе в республике структуре бытовых услуг можно выделить государственный, частный и смешанный секторы. Для субъектов рынка характерна конкуренция, что является механизмом, усиливающим борьбу за клиента путем улучшения качества обслуживания и продуманной ценовой политики. Основную часть населения республики составляют сельские жители, обслуживание которых имеет ряд особенностей. Применительно к данному целевому сектору потребителей целесообразно проведение следующих мероприятий:

- осуществление «пилотного» проекта по предоставлению социально значимых бытовых услуг на основе ГЧП;
- развитие сети предприятий бытового обслуживания востребованных сельскими жителями бытовых услуг на основе формирования мобильных групп и отдельных центров бытового обслуживания;

Создание социально – ориентированность рыночной экономики в республике вызывает необходимость модернизации сферы бытовых услуг с использованием механизмов взаимодействия институтов государственной власти, субъектов сферы бытовых услуг, коммерческих и некоммерческих организаций на макро – и микро – уровнях, что дает возможность развития в оптимальных условиях, привлекать частные инвестиции.

С целью повышения эффективности предложенной системы необходимо выявлять лучшие практики и систему договорных отношений, размещение заказов на конкурсной основе, лизинга, концессии и др.

⁴ Сабирова З.Э. Развитие социально значимых бытовых услуг на принципах государственно-частного партнерства в регионе". Автореферат дисс. на // соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2013. - С. 11.

В новых условиях хозяйствования система взаимоотношений государственных и предпринимательских структур должна базироваться в основном на взаимовыгодных экономических условиях.

Основной целью органов управления территорий по развитию и совершенствованию сферы бытового обслуживания является расширение сети предприятий, повышение качества, применение прогрессивных форм и методов обслуживания, оптимизация режима работы предприятия в соответствии с изменением спроса потребителей формы организации. Способы и методы бытового обслуживания, схематично представлены нами на рисунке 12.

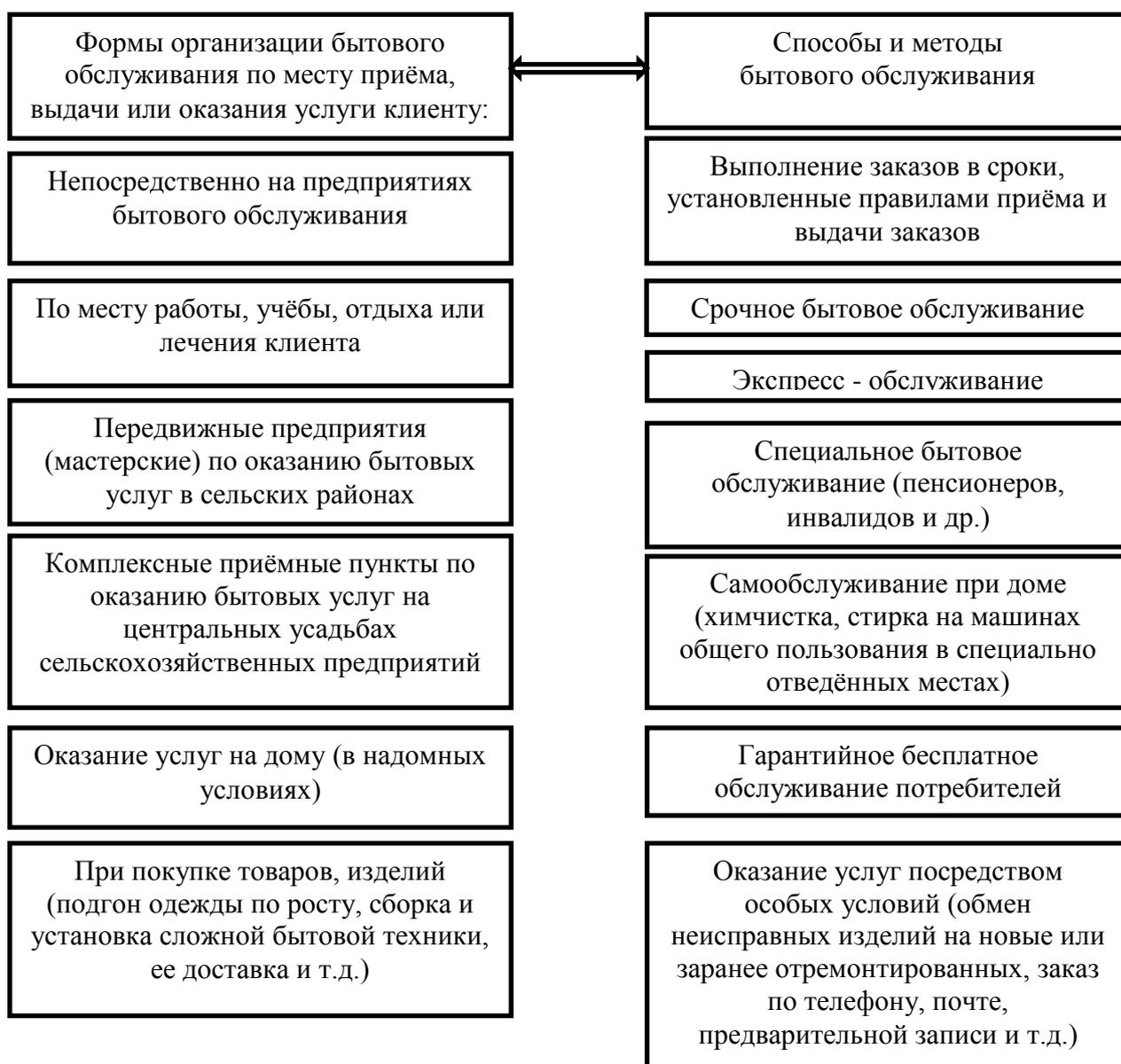


Рисунок 12 - Формы организации, способы и методы оказания бытовых услуг населению (составлено автором)

Бытовое обслуживание населения должно носить комплексный характер и обеспечивать доступность для населения с разным уровнем доходов и социальным происхождением. При этом государством должна осуществляться поддержка развитию социально значимых услуг и создание предприятий, обеспечивающих полный набор услуг повседневного спроса, по другим услугам с учетом потребностей населения. Рост числа предприятий в исследуемой сфере создает условия для повышения конкуренции что, в свою очередь, положительно скажется на качестве обслуживания и снижении цен на услуги, создаст дополнительно рабочие места. Для республики на современном этапе характерно развитие мелких предприятий бытового обслуживания, их территориальной разобщенности и неразвитость рыночной инфраструктуры. Указанные проблемы можно решить на основе интеграции предприятий в форме ассоциаций союзов корпоративных объединений путем самоорганизации.

Кроме этого целесообразно на уровне отдельных областей, районов организовать негосударственную некоммерческую организацию (ассоциацию), в состав которой включить бытовые предприятия. Целью ассоциации является содействие развитию сферы бытовых услуг на основе цивилизованных рыночных механизмов и благоприятной среды, формирования конструктивных партнерских взаимоотношения участников рынка.

Особенностью бытовых услуг является в современных условиях развитие на основе малого бизнеса, что объясняется необходимостью контакта непосредственно с потребителями услуг и их изготовителями, характером спроса с учетом местных традиций и состоянием конъюнктуры рынка.

Для увеличения числа предпринимателей в отрасли, совершенствования материально технической базы, целесообразно формирование лизинговых компаний при местных органах власти, что будет формой поддержки со стороны государства.

Одним из направлений совершенствования сферы бытового обслуживания населения может служить создание центров по содействию

развития предпринимательской деятельности на коммерческой основе, представляющих различные услуги, в том числе: юридические, консалтинговые, образовательные, маркетинговые и т.д. Центры дадут возможность решать такие важные проблемы как кредитование посредством содействия фондов поддержки и развития малого бизнеса, из собственных источников посредством самофинансирования, самокредитования, материально-техническое и кадровое обеспечение предприятий сферы бытового обслуживания населения повышение квалификации работников.

Примерная схема коммерческого центра по развитию предпринимательства на региональном уровне (рис.13).

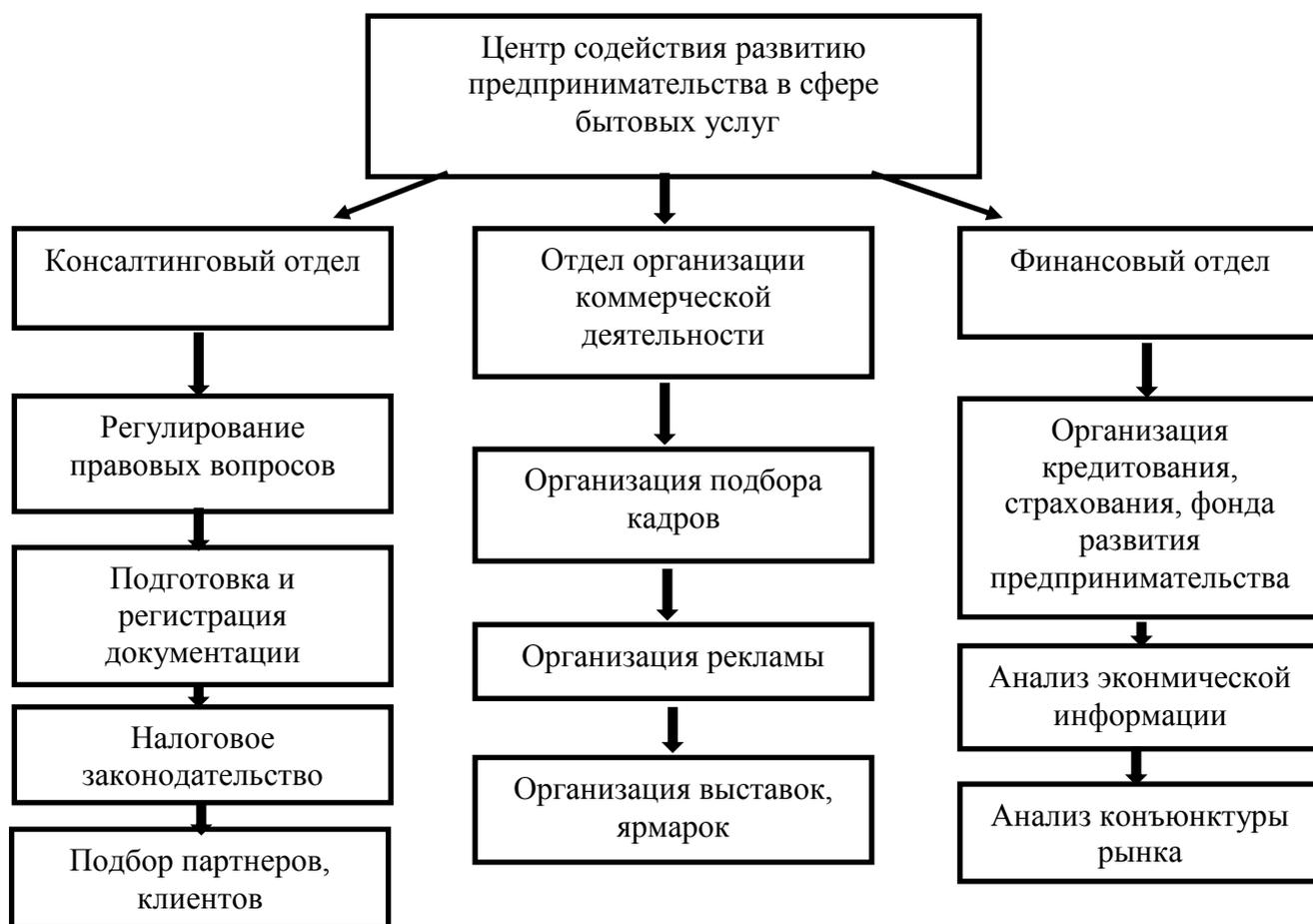


Рисунок 13 - Примерная схема центра поддержки и развития предпринимательства в сфере бытовых услуг

Одной из актуальных проблем на современном этапе является развитие инфраструктуры малого предпринимательства в сфере бытовых услуг.

Здесь следует выделить высказывания А. Левина о том, что «инфраструктуру следует рассматривать как совокупность отраслей и предприятий, занятых обслуживанием функционирующих структур – производственных и непроизводственных»⁵.

По мнению профессор Х.Н. Факерова «инфраструктура представляет собой совокупность организационно-правовых форм и субъектов, обеспечивающих функционирование потребительского рынка»⁶.

Исходя из этого, следует отметить, что сфера бытовых услуг, как структурный элемент рынка, требует наличия инфраструктурных услуг, которые создают условия для нормального осуществления процесса их оказания. Это дает возможность совершенствования материально-технической базы, обслуживания движения денежных средств (коммерческие банки); страхование рисков (страховые организации); информационному обеспечению и т.д.

Развитие инфраструктурной составляющей сферы бытовых услуг во многом зависит от уровня социально-экономического развития областей, территориального размещения предприятий.

На наш взгляд, на основе проведенного исследования можно выделить следующие направления поддержки предприятий бытового обслуживания:

- законодательные;
- экономические;
- организационные;
- ресурсные;
- социальные

Так законодательные основы предпринимательских структур, их совершенствование позволят сформировать единое правовое и экономическое пространство, что позволит оптимизировать взаимодействие государственных и предпринимательских структур сферы бытового обслуживания.

⁵ Левин А. Рыночная инфраструктура. Коммерческий вестник 1991 г., №13, с.51-52

⁶ Факеров Х.Н. Теория и практика становления инфраструктуры потребительского рынка.- Душанбе: «Ирфон», 2002. - С.25.

К экономическим формам поддержки малого бизнеса сферы бытовых услуг можно отнести: налоговые льготы, совершенствование системы налогообложения и кредитования, оказания страховых услуг, реализация мероприятий по стимулированию инвестиционной активности, совершенствованию системы ценообразования на услуги и т.д.

Для поддержки ресурсной составляющей предпринимательства целесообразно развивать франчайзинг, факторинг и др.

Организационные формы поддержки предпринимательства предусматривают применение единого концептуального подхода к формированию и совершенствованию инфраструктуры, центров по поддержке малого бизнеса, развитие системы информационного обеспечения предпринимательства.

К социальным формам поддержки можно отнести: совершенствование системы пенсионного, социального страхования, создание системы общественно-экономической и личной безопасности, экологической безопасности общества, формирование мотивационного механизма развития предприятия переход к единой системе подготовки и переподготовки кадров и др.

На наш взгляд, укрепление конкурентной позиции, формирование конкурентных преимуществ, обеспечение устойчивого роста хозяйствующих субъектов сферы услуг предполагает выбор оптимальной стратегии развития. По нашему мнению, для предприятий бытового обслуживания целесообразно использовать портфельную стратегию, развития, базирующиеся на использовании управление экономических ресурсов на основе выбора стратегических зон развития.

К основным направлениям повышения социально-экономической эффективности сферы бытовых услуг относятся следующие:

- развитие предпринимательства,
- реализация рекламной стратегии,
- расширение перечня предоставляемых услуг,
- активизация развития бытового обслуживания сельского населения,

- совершенствование налоговой политики с предоставлением льгот, снижением налогового бремени,
- укрепление материально-технической базы,
- подготовка и переподготовка высококвалифицированных кадров и др.

С другой стороны в условиях усиления глобализационных и интеграционных процессов, конкуренции обеспечение устойчивого роста сферы бытовых услуг, повышения качества обслуживания, особенно в территориальных образованиях с низким уровнем доходов населения возможно на базе государственно-частного партнерства, которое предполагает совершенствование законодательной базы, разработку минимальных социальных нормативов и норм применительно к территориям, поддержка развития социально значимых услуг, создание на региональном уровне центров по содействию развития предпринимательской деятельности, совершенствование инфраструктуры, стимулирование инвестиционной активности и др.

Важным и одним из направлений инновационной политики в сфере бытовых услуг является формирование кластеров, как наиболее устойчивую и конкурентоспособную форму развития сетевых компаний, особенно в условиях экономической нестабильности. Нами предложена примерная схема кластера бытовых услуг на основе процессного подхода. Целесообразно, в связи с многоотраслевой системой сферы услуг, формирование бизнес-инкубаторов, включающих несколько бизнес линий по отраслевым группам оказываемых бытовых услуг, каждая из которых может включать несколько проектов, находящихся на различных стадиях разработки и фирмы-клиенты.

Таким образом, предложенные мероприятия будут способствовать стабилизации и развитию сферы бытовых услуг, повышению конкурентоспособности его субъектов, повышению качества бытового обслуживания населения.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

На основании проведенного исследования сформулированы следующие выводы и предложения:

1. Современный этап развития мировой и национальной экономики характеризуется повышением роли сферы услуг в решении социально-экономических задач общества. Предприятия сферы бытовых услуг Республики Таджикистан имеют важное значение в повышении эффективности общественного производства, уровня и качества жизни народа.

Рынок бытовых услуг имеет устойчивую тенденцию к росту, что обусловлено наличием потребностей в существующих и новых потребности населения. Сферы бытовых услуг способствует не только надежной основой для повышения уровня занятости населения, поступлений в бюджеты различных уровней, но и перспективной формой предпринимательства.

На основе обобщения теоретических взглядов отечественных и зарубежных на определение дефиниции «услуга», применительно к сфере бытовых услуг нами предложено следующие определение «бытовые услуги – это деятельность хозяйствующих субъектов, направленная на оказание услуг коллективного и индивидуального характера, как в материальной, так и нематериальной форме с целью получения прибыли и удовлетворения личных и общественных потребностей».

Классификация услуг в диссертации дополнена по критерию «форма движения услуги» - логистические, а также по принципу дистрибуции – франчайзинг.»

2. Особое значение имеет социально-экономическая эффективность и качество обслуживания предприятия сферы бытовых услуг. Качество обслуживания является одним из основных факторов эффективности и конкурентоспособности и сводится к совокупности свойств услуги, обуславливающих их пригодность удовлетворять потребности согласно с их назначением на высоком качественном уровне.

С целью оценки качества обслуживания в диссертации применена методика «SERVQUAL» комплексная шкала для измерения потребительского восприятия качества оказываемого сервиса, базирующаяся на пяти критериях. Целью применения данной методики является измерение разрыва между ожиданиями покупателей и их восприятием.

3. При повышении эффективности и качества бытового обслуживания населения целесообразно использовать опыт стран ближнего и дальнего зарубежья применительно к экономике республики. При этом использовать следующие направления: организация ремесленных палат по территориальному признаку, осуществляющих контроль, экспертизы, консультации и другие услуги, размещать предприятия в шаговой доступности для населения, развивать передвижные предприятия, прокат, особое внимание уделить подготовке кадров для сферы бытовых услуг, создавать многопрофильные предприятия «мультисервис» и др. Предоставить льготы по налогообложению, государственную поддержку по развитию материально-технической базы предприятий, особенно в сельской местности.

4. Сфера услуг, в том числе бытовых, является на современном этапе одной из наиболее быстро развивающихся и привлекательной для предпринимательской деятельности. В условиях рыночных преобразований основой функционирования предприятий сферы бытовых услуг стала частная собственность, зависимость цен на услуги от потребительского спроса, сократилась поддержка государства, услуги стали менее доступны для значительной части населения, особенно проживающих в сельской местности. В структуре потребительских расходов населения Республики Таджикистан на них приходилось в 2017г. – 8,5%.

Несмотря на существующие проблемы, объем бытовых услуг в республике за 2010 – 2017гг. возрос на 85,3% и составил 3908,3 млн. сомони. Наиболее высокие темпы роста отмечаются в г. Душанбе и Хатлонской области, чем в 10 раз. При этом число предприятий по республике сократилось в 2,3 раза. Обеспеченность регионов республики предприятиями бытового обслуживания

характеризуется низким уровнем (от 0,20 до 0,10). Доля сферы бытовых услуг в ВВП Республики составила в 2017 г. – 6,4%.

5. Для сравнительной оценки развития сферы бытовых услуг по регионам республики рассчитан интегральный показатель, который позволил сделать вывод, что наиболее благоприятная ситуация по комплексу показателей наблюдается в Согдийской области (Кинг – 0,90).

Анализ показывает, что по видам услуг наибольшим спросом у населения пользуются услуги парикмахерских, салонов красоты, мастерских по ремонту автомобилей, фотоателье.

Рынок услуг находится под влиянием факторов внешней и внутренней среды, весомое значение на емкость рынка оказывают такие факторы как цены и качество предоставляемых услуг, скорость выполнения заказа, профессионализм персонала состояние материально – технической базы и др.

Анализ влияния макроэкономических показателей: ВРП, численность и состав населения, денежные доходы населения, цены и тарифы на услуги и др. с использованием многофакторной модели и уравнения регрессии показал, что наибольшее влияние на объем бытовых услуг оказывают ВРП и численность населения.

6. Предпринимательство играет важную роль в развитии сферы бытовых услуг, формировании конкурентной среды, решении проблем занятости населения. На рынке бытовых услуг значительное место занимают малые и средние предприятия, в основном в форме индивидуального предпринимательства. На долю граждан, работающих на предприятиях бытового обслуживания, приходится 0,09% числа занятых в экономике республики. В работе предложена программа развития предпринимательства, направленная на обеспечение стабилизации развития, повышения конкурентоспособности предприятий сферы бытовых услуг в целях улучшения бытового обслуживания населения.

7. Обеспечение высокого качества обслуживания на предприятиях сферы бытового обслуживания является важным условием социально-экономической эффективности их деятельности.

Оценка качества предоставляемых бытовых услуг произведена с использованием методики SERVQUAL по предложенным критериям, на базе показателей финансово-хозяйственной деятельности и результатов анкетирования посетителей ведущих салонов красоты г. Худжанда Согдийской области. Рассчитан интегральный показатель социально-экономической эффективности и качества обслуживания, позволивший определить рейтинг салонов и их конкурентную позицию. Выявлен лучший салон – «Олиха», опыт которого может быть использован в деятельности других салонов.

8. Усиление конкурентной позиции, формирование конкурентных преимуществ, обеспечение устойчивого роста хозяйствующих субъектов сферы услуг предполагает выбор оптимальной стратегии развития. По нашему мнению, для предприятий бытового обслуживания целесообразно использовать портфельную стратегию развития, с учетом использования экономических ресурсов и их управление на основе выбора стратегических зон развития в этой сфере.

К основным направлениям повышения социально-экономической эффективности сферы бытовых услуг относятся следующие: развитие предпринимательства, реализация рекламной стратегии, расширение перечня предоставляемых услуг, активизация развития бытового обслуживания сельского населения, совершенствование налоговой политики с предоставлением льгот, снижением налогового бремени, укрепление материально-технической базы, подготовка и переподготовка высококвалифицированных кадров и др.

9. Важным направлением повышение эффективности и качества бытового обслуживания населения является государственно-частное партнерство. В диссертации сформирована модель государственно-частного партнерства в

исследуемой сфере услуг. На уровне области программа развития государственно-частного партнерства предусматривает:

-создание институциональной базы с учетом положений действующих законов и нормативных актов Республики Таджикистан;

-обоснование, разработку и реализацию стратегии развития рыночных инструментов и механизмов в сфере бытовых услуг с учетом опыта зарубежных стран. В диссертации с учетом этого предложена примерная схема коммерческого центра по поддержке и развитию предпринимательства на региональном уровне.

10. Одним из направлений инновационной политики в сфере бытовых услуг является формирование кластеров, как наиболее устойчивую и конкурентоспособную форму развития сетевых компаний, особенно в условиях экономической нестабильности. В диссертации предложена примерная схема кластера бытовых услуг на основе процессного подхода. Целесообразно, в связи с многоотраслевой системой сферы услуг, формирование бизнес-инкубаторов, включающих несколько бизнес линий по отраслевым группам оказываемых бытовых услуг населению, каждая из которых может включать несколько проектов, находящихся на различных стадиях разработки и фирмы-клиенты.

Таким образом, повышение эффективности и качества бытового обслуживания населения играет важную роль в формировании социально-ориентированной экономики страны и регионов, в повышении уровня и качества жизни народа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абалкин Л.И. вызовы нового века. / Л.И. Абалин. – М.: Институт экономики РАН, 2001. – 112с.
2. Абалкин Л.И. Стратегия России: взгляд в завтрашний день (методологические размышления) / Л.И. Абалин. – Экономист, 2003. - №7. – 3-9с.
3. Абалкин Л.И., Логика экономического роста. Москва., 2002 год.
4. Абдугаффаров А.А. Собственность, предпринимательство и проблемы перехода Республики Таджикистан к рыночному хозяйству. – Худжанд: 2001, 175с.
5. Абдусаматов Г.С. Переход к рынку: социально-экономические аспекты. – Душанбе, 1999. – 212с.
6. Агабабян Э.М. Экономический анализ сферы услуг. Москва: Экономика., 1968 год. 24 – 25с.
7. Александров Ю.Л. Исследование рынка потребительских товаров: Методологические основы, практика использования: монография. //Красноярск, КГТЭИ, 2001. – 320 с.
8. Аминова И.А., Аминов Х.И. Причины, сдерживающие развитие малого и среднего бизнеса.
9. Ансофф И. Стратегическое управление, Москва:1994. 112с.
10. Асаул Б.М. Капаров А.Н., Малое инновационное предпринимательство. – СПбГАСУ. – 2008 год. 128с.
11. Астафьев С. Роль общественного самоуправления в сфере качества продукции и услуг /С. Астафьев // Стандарты и качество, 2012. -№7. –С.64-66.
12. Ахинов Г.А. Основы экономики общественного сектора / Г.А. Ахинов. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2003. – 146с.
13. Ахинов Г.А. Социальные аспекты регулирования экономики/ Г.А, Ахинов. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2002. – 137с.

14. Ачилова Л. Понятие и обязанности сторон по договору о предоставлении гостиничных услуг / Ачилова Л. // Общественное мнение. Права человека, 2012. №1. 83-85с.

15. Балаева О. Управление мощностью организации в сфере услуг / О. Балаева, М. Предводителева // Проблемы теории и практики управления. – М.: 2008. - №3. 77 – 89с.

16. Балалов В.Д., Гуков Н.В., Козлова И.В., Баркан Н.А. Экономика бытового обслуживания / В.Д. Балалов, Н.В. Гуков, И.В. Козлова, Н.А. Баркан; под ред. В.Д. Балалова. – М.: Легкая и пищевая пром-сть, 1983. – 376с.

17. Баринов В.Т. Региональные проблемы управления и планирования сферы обслуживания населения/ В.Т. Баринов. – М.: Наука, 1989. -126с.

18. Басс А.Ю. Сфера услуг и предпринимательство в экономическом развитии / А.Ю. Басс, Е.А. Разомасова. – ЭКО: 2009. - №2.75-103с.

19. Башмачникова Е. Современная сфера услуг: определение, классификация, задачи / Е. Башмачникова, Л. Абрамова. // Пробл. Теории и практики управления. – М.: 2013. -№ 2. 123-130с.

20. Бельдер Л. Бытовое обслуживание: быт или бытие? /Л. Бельдер // Нижегородский предприниматель, 2003. - №8. (<http://www/innov/ru>).

21. Белова З.Г. Методы планирования бытового обслуживания населения. – Москва, 1986. – С. 3.

22. Бойматов А.А. Маркетинг (современная теория и практика). - Худжанд, 2011. - 246с.

23. Большая советская энциклопедия, БСЭ, 2012 г. – С.

24. Бородина М.В. Современные тенденции развития сферы услуг и перспективы формирования кластеров // Проблемы современной экономики, 2013 – с. 188 - 190

25. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика/ Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко. – М.: КНОРУС, 2007. – 328с.

26. Валиев Ш.З., Казакова Т.Е., Ишмеева А.С. / Ш.З. Валиев, Т.Е. Казакова, А.С. Ишмеева//Экономика города. – Уфа.: Уфимский гос. академия экономики и сервиса, 2008. – 231с.

27. Васильева, О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции, О.Е.Васильева.-М. :Экономика, 2007.-175с.

28. Ватолкина Н. Услуга как социально-экономический феномен и объект управления /Ватолкина Н. // Пробл. теории и практики управления, 2011. №3. 101-109с.

29. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс/ Виханский О.С. 2-ое изд. – М.: Фирма Гардарика, 1996. – 160с.

30. Восколович Н.А. Специфика формирования доступности платных потребительских услуг/ Н.А. Восколович //Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика, 2012. №3. 3 – 11с.

31. Восколович Н.А. Экономика платных услуг: Учебных пособие. – Москва: ЮНИТА – ДАНА, 2009. – 256с.

32. Гапоненко А.Л, Панкрухин А.П. Стратегическое управление/ А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега – Л, 2004. – 274с.

33. Гапоненко А.Л., Полянский В.Г. Развитие региона: цели, закономерности, методы управления А.Л. Полянский. – М.: РАГС, 1999. – 175с.

34. Гасанов М. Сфера услуг как фактор развития экономики / М.Гасанов, Д. Гаджиев. –Экономист, 2007.- №11. 73-78с.

35. Гатауллин Р.Ф., Кликич Л.М., Зарипов И.Ш. Формы бытового обслуживания сельского населения/ Р.Ф. Гатауллин, Л.М. Кликич, И.Ш. Зарипов – Уфа.: АН РБ,БГАУ, 1999. – 112с.

36. Гафарова Л.Г. Методический подход к исследованию рынка услуг розничной сети/ Л.Г. Гафарова //Микроэкономика, 2009. - №6. 154-159с.

37. Герасименко П.В. Приближенный метод моделирования процессов формирования цены на рынке услуг/ П.В. Герасименко // Природные и интеллектуальные ресурсы Сибири: 17-я междунар. науч.-практ. конф. 28-30 сентября 2011 г., Томск, Россия: (Сибресурс-17-2011): доклады (материалы конференции) / отв. ред.: Л.С. Петрова, В.Н. Масленников. – Томск.:В-Спектр: САНВШ, 2011. 164-167с.

38. Герасимов Б.И. Управление качеством. –М.:КНОРУС, 2012-272с.

39. Герасимов Б. И., Экономический анализ рынка услуг в сфере бытового обслуживания региона.- Монография, Изд. Центр ТГТУ, 2006 г., - С. 111-112.

40. Гуков Н.В. Социальный эффект совершенствования форм обслуживания населения бытовыми услугами/ Н.В. Гуков // Сб. Трудов НИТХИБ, 1977. Вып. 2. 74-82с.

41. Дегтярев А.Н., Маликов Р.И. Социальные ориентиры экономического роста сферы услуг РБ/ А.Н. Дегтярев, Р.И. Маликов // Проблемы и перспективы современных технологий сервиса: межвузовский сборник научных трудов. – Уфа.: УТИС, 1998. 174-179с.

42. Денисов Н.А. Совершенствование перечня и условий предоставления населению услуг социального обслуживания / Н.А. Денисов, Е.Д. Порядина, Е.В. Одинцова // Уровень жизни населения регионов России, 2011. - №3. 47-56с.

43. Джамshedов М., Хабибов С. Х. Факеров Х. Н. Потребительский рынок Таджикистана. Душанбе: Ирфон, 2003-203с.

44. Дмитриев В. И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги – Москва: Экономика 1992. –274 с.

45. Дмитриев В.И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги: Учебник для вузов. – Москва: Легпромиздат, 1986. – 304 с.

46. Доценко А.Н. Резервы роста прибыли организаций потребительской кооперации: Материалы третьей Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития экономики и образования», 19-20 июня 2015г.-Душанбе: «Ирфон», 2015. – 600с.

47. Ерменко А.Е. Функционал сферы услуг в условиях современной экономики России/ А.Е. Ерменко // Нац. интересы: приоритеты и безопасность, 2014. - №23. 27-32с,

48. Жильцов Е.Н. Экономика сферы платных услуг – Казань: 1996. – 210с.

49. Жильцов Е.Н., Казаков В.Н. Экономика социальных отраслей сферы услуг/ Е.Н. Жильцов, В.Н. Казаков. – М.: Экономический факультет МГУ; ТЕИС, 2007.-198с.

50. Жильцов Е.Н. Развитие сферы услуг в условиях рыночной экономики // Вестник МГУ серия «Экономика»-№5, 2009. – С. 53-61.

51. Жильцов Е.Н., Ломанов П.Н. Развитие отраслей социальной сферы в переходной экономике: под ред. Е.Н. Жильцова, П.Н. ломанова. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2001. -168с.

52. Зайнашева З.Г. Формирование организационно-экономического механизма сферы платных услуг в регионе/ З.Г. Зайнашева. – М Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2004. - 149с.

53. Зайнашева З.Г., Шкабарня Г.В. Новые организационные формы хозяйствования и развития сферы услуг/ З.Г. Зайнашева., Г.В. Шкабарня. – Уфа.: Уфимск. гос. ин-т сервиса, 2004. - 173с.

54. Закон Республики Таджикистан «О государственной защите и поддержке предпринимательства» от 26 июля 2014 года, № 1107.

55. Закон Республики Таджикистан «О торговле и бытовом обслуживании» от 19 марта 2013 года, № 943.

56. Закон Республики Таджикистан «О финансовой аренде (лизинге)» от 22 апреля 2003 года, № 9

57. Закон Республики Таджикистан «Об инвестициях» от 15 марта 2016 года, № 1299.

58. Закон Республики Таджикистан «Об концессиях» от 26 декабря 2011, № 783.

59. Заяц Е.Ю. Модернизация институционального механизма стабильного развития сферы бытового обслуживания // Экономика и предпринимательство – 2012. №2 250-254с.

60. Заяц Е.Ю. Совершенствование управления на предприятиях бытового обслуживания // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция – 2012 №3 447-452с.

61. Заяц Е.Ю. Оценка качества бытовых услуг с применением модели Mystery shopping // Сб. научных трудов. Актуальные вопросы современной науки. –М.: Перо, 2012. – С. 294-298.

62. Заяц Е.Ю. Схема инноваций в системе организационного управления предприятиями бытового обслуживания // Экономика и предпринимательство – 2012 №5 223-227с.

63. Зинчак Е. Уникальный потребительский опыт в магазинах класса «люкс»: понятие, особенности, этапы создания/ Е. Зинчак //Проблемы теории и практики управления, 2013. №7. 119-123с.

64. Исмаилова М.М. Некоторые вопросы реформирования экономики Таджикистана. Душанбе, 1999.

65. Исмоилова Д.М. Формирование системы управления рынком бытовых услуг (на примере Республики Таджикистан)/ Д.М. Исмоилова // Автореферат дисс... канд.экон.наук/08.00.05 Д.М. Исмоилова.-Душанбе.:2004.-25с.

66. Исхакова С. Сфера услуг в Узбекистане: тенденции и факторы развития. – Ташкент, Бизнес-эксперт №10 (118), 2017 г. – С.

67. Каюмов Н.К., Умаров Х.У. Глобализация экономики и внешнеэкономические связи Таджикистана. Душанбе, 2005. 49 с.

68. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег (пер. с англ. Н.Н. Любимова) / Под ред. и предисл. Куракова, М.: Гемос АРВ, 1999, 351с.

69. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: проблемы методологии и анализ/ Л.М. Кликич. – Уфа.: Изд-во БГАУ, 2004.-213с.

70. Клименкова Т.А. Совершенствование системы управления предприятием сферы услуг в условиях рынка: Автореферат дисс. канд. экон. наук – К, 2009. - 19 с.

71. Климович Л.К. Региональные аспекты развития сферы услуг. – Труды БГТУ, Экономика и управление №7, 2016 г. – С.

72. Княжева Ю.В. Повышение эффективности системы массового обслуживания торгового предприятия посредством численного статистического моделирования/ Ю.В. Княжева // Вестник НГУ. Сер. Соц.-экон. науки. – 2014. – Т.14, вып.2. 83-100с.

73. Комилов С.Д., Каюмов Н.К., Нурмахмадов М.Н. Стратегия движения к рыночной экономике. Вып. 1,2.-Душанбе: Фонд эконом. и соц. Реформ, 1998г.

74. Комилов С.Дж., Алиев Г.Ш. Предпринимательство и менеджмент развития инновационной деятельности/С.Дж. Комилов, Г.Ш. Алиева. – Душанбе: Ирфон, 2008.-220с.

75. Комарова Г.Б. оптовая торговля в условиях переходной экономики. – Дисс. На соискание ученой степени к.э.н. – Душанбе, 2004г.

76. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / под ред. С.Г. Божук. СПб.: Питер, 2005. 301с.

77. Котлер Ф., Андреасен Р. Алан. Стратегический маркетинг некоммерческих организации / Ф. Котлер, Р. Андреасен,-Ростов-на-Дону.: Феникс, 2007. -326с.

78. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга/ Ф.Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, - СПб.: Изд. дом «Вильямс», 1999.-346с.

79. Котляров И.Д. Сущность услуги как экономического блага/И.Д. Котляров // Вестник Москва ун-та. Сер. 6. Экономика, 2012. - № 5. 19-34с.

80. Крюкова Е.М. Ценностный подход в изучении спрос, а и формировании цен при продаже услуг / Е.М. Крюкова, Е.Е. Нахратова // Социальная политика и социология. – М.: 2015. – Т.14, №5. 53-60с.

81. Кучаков Р. Роль государства в формировании инновационной экономики., Экономист, 2009, №6 4-13с.

82. Кулик Е.П. Место и роль малых и средних предприятий в смешанной экономике. Социально-экономическое развитие России. – Саратов, изд. центр СГСЭУ, 2007. – С.

83. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии, под ред. О.И. Медведь, Н.В. Шульпиной. – Москва: Вильямс, 2005. – 997 с.

84. Лебедев С.О. специфике понятийного аппарата теории сферы услуг и теории труда/ С. Лебедев // Предпринимательство. _ М.: 2015. - №7. 68-75с.

85. Левин А.И. Прогнозирование спроса населения – Москва: Знание, 1991, 110с.

86. Левин А. Рыночная инфраструктура. Коммерческий вестник 1991 г., №13, с.51-52

87. Легорнев С.Н. Служба быта и рынок. \ С.Н. Легорнев – М.: Знание, 1991. – С.8.

88. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: Учебное пособие. – Москва: ЮРАЙТ – Издательство 2011–324с

89. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономика, принципы и политика, в 2-х т. Москва: Ресублика, 1992.

90. Маннапов Р.Г. Особенности организации бытового обслуживания населения на современном этапе развития/ Р.Г. Маннапов – М.: ИПК Минбыта РСФСР, 1988. – 74с.
91. Маркс К., Ф. Энгельс. Соч., т. 20, 307с.
92. Маркова В.Д. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: / учебник В.Д. Маркова – М., 2011 – С. 516
93. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента/ М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури / Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 346с.
94. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса (текст): коллект. Моногр. – М.: Высшая школа экономики, 2014.
95. Молчанова Е.Ю. Оценка качества бытового обслуживания // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - №3 (39) – 2011. - 343-356с.
96. Молчанова Е.Ю. Проблемы повышения уровня обслуживания и качества в сфере бытовых услуг. // Экономическое развитие страны: различные аспекты вопроса, - Москва: Перо, 2010. 7-10 с.
97. Мухамеджанова О.Г., Зворыкина Т.И. Методический подход к разработке профессиональных стандартов в сфере услуг/О.Г. Мухамеджанова, Т.И. Зворыкина // Стандарты и качество. – М.: 2013. - №1. – 34-38с.
98. Назаров Т.Н. Таджикистан: стимулы экономического роста // Экономика Таджикистана: стратегия развития №2, 2005.
99. Налоговый кодекс Республики Таджикистан от 17 сентября 2012, №901
100. Никитина Н. Антикризисное управление предприятиями в сфере услуг / Н. Никитина, В. Филатова // Проблемы теории и практики управления. – М.: 2012. - №1. – 95-105с.

101. Никитина Н., Шнякина Ю. Управление региональной сферой услуг: методологические подходы / Н. Никитина, Ю. Шнякина // Проблемы теории и практики управления. – М.:2010. - №8. – 95-105с.
102. Новоселов А.С. Региональный рынок. – Москва: ИНФРА – Москва 1999 – 479с.
103. Нуреев Р. Экономика развития: модели становления рыночной экономики. Москва: ИНФРА-М, 2001.
104. Осипов В.М. Улучшающие инновации и развитие сектора услуг индустрии моды / В.М. Осипов, В.А. Титов // Инновации. – М.:2012. - № 10. – 48-51с.
105. Пашигорева Г.И. Контроллинг и формирование его системы на предприятиях сферы услуг / Г.И. Пашигорева // Иновации. – М.: 2011. - № 5. 78-82с.
106. Панков С.А. Современная классификация предприятий сферы услуг // Красивый бизнес. -2007. №2. – С. 94-102.
107. Попов В.Г., Ноженко Д.Ю. Развитие сферы бытового обслуживания населения в условиях реформирования местного самоуправления/ В.Г. Попов, Д.Ю. Ноженко // - Чиновник. № 108 (53) (<http://chinovnik.uara.ru>).
108. Портер М. Международная конкуренция: Пер с англ. – Москва: Международное отношения. 1993. – 896с.
109. Петров А.Т. Методические аспекты управления качеством жизни населения. Монография. – Boston, 2005. – С.
110. Прохорова А.И. Условия формирования конкурентных преимуществ предприятия сферы услуг/ А.Н. Пхальский //Микроэкономика. – М.: 2011. - № 1. – 106-109с.
111. Раджабов Р.К. Некоторые аспекты формирования устойчивого развития предприятия // Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. – Душанбе: «Сино», 2010, №2 (66). 94-98с.

112. Раджабов Р.К. Региональные аспекты развития сферы платных услуг населению в условиях переходной экономики / Р.К. Раджабов. – Душанбе.: Ирфон, 2013. - 213с.

113. Раджабов Р.К. Ходжаев П.Д., Саидова М.Х. Исследование факторов, характеризующих уровень потребительского спроса на рынке платных услуг/ Р.К. Раджабов, М.Х. Саидова, П.Д. Ходжаев// Проблемы и перспективы развития потребительской кооперации в условиях глобализации. Материалы межд.науч.прак.конф. г. Душанбе, 23-24 мая, 2012. – Душанбе: ТГУК, 2012. – 318-322с.

114. Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития/ Р.К. Раджабов, Х.Н. Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х. Саидова. – Душанбе: Дониш, 2007. – 544с.

115. Радабов Р.К., Саломова У.Т. «Некоторые подходы к регулированию сферы бытового обслуживания в Таджикистане» // Душанбе, Вестник ТГУК. С18.

116. Рауфи А., Асроров И., Асророва З. От экономического роста к экономическому развитию// Известия АНРТ, серия: «Экономика». 2008 г. - № 1-2. – С.7-8

117. Рахимов А. Асророва З., от экономического роста к экономическому развитию. Известия АН. РТ. Серия: Экономика – 2008 год, №1-2, 7-18с.

118. Рахимов А.М. Проблемы повышения конкурентоспособности экономики Республики Таджикистан. – Худжанд. Изд. Рахима Джалила, 2004г. – 205с

119. Рахимов Р.К. Экономика суверенной республики в условиях перехода к рыночным отношениям. // Общество и экономика. – 1992. - №1-2, 196-202с.

120. Регионы Республики Таджикистан – Душанбе, Агенство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2017, - 323с.

121. Решетникова Е.Г. Сфера услуг: планирование, проблемы, перспективы. – Саратов: Изд. Саратовского университета, 1988.

122. Рожкова Е. Инновационно-ориентированное развитие сферы услуг/ Е. Рожкова // Пробл. теории и практики управл. – М.: 2012. № 11-12. –182-185с.

123. Розова Н.К. Управление качеством – СПб: Питер, 2002. – 224с.

124. Рубцова Н. Сектор услуг современной экономики/ Н. Рубцова // Маркетинг. – М.: 2007. № 1 89-102с.

125. Садыкова Л.Г. Вопросы поддержки малого и среднего предпринимательства. Л.Г. Садыкова, Экономика и управление. – 2011. № 1. 74-77с.

126. Саидова М.Х. Проблемы управления предпринимательской деятельностью в сфере услуг/ М.Х. Саидова, Б.С. Акбаров, Саидов М.Ш. Материалы межд. науч. прак. конф. «Проблемы и перспективы развития потребительской кооперации в условиях глобализации» Душанбе: ТГУК, 23-24 мая, 2012. – 294-301с.

127. Саидова М.Х., Ашуров К.Р. Проблемы развития сферы услуг Республики Таджикистан/ М.Х. Саидова, К.Р. Ашуров. Вестник ТНУ №2/8 (215), 2016. 59-65с.

128. Сакаева В.Ф. Оценка деятельности органов местного самоуправления по развитию сферы бытового обслуживания населения/ В.Ф. Сакаева // Экономика и управление: научно-практический журнал, 2011. - №4 (102). 64-67с.

129. Сакаева В.Ф. Управление развитием сферы бытового обслуживания региона. Автореферат дисс...канд. экон. наук /08.00.05 В.Ф. Сакаева. – Уфа.: 2012. - 20с.

130. Саломова У.Т. Исследование факторов, влияющих на формирование спроса на услуги бытового сектора потребительского комплекса Таджикистана/ У.Т. Саломова//Творчество молодых инновационному развитию Казахстана.

Материалы межд. науч. техн. конф. студентов, магистров и молодых ученых (9-10 апреля 2015г.) – Усть-Каменогорск: ВКТТУ, 2015. – ч.5. 428-430с.

131. Саломова У.Т. Особенности организации и факторы, влияющие на развитие предпринимательской деятельности в Таджикистане/ У.Т. Саломова.// Сборник научных трудов Таджикского государственного университета коммерции. – Душанбе: ТГУК, «Ирфон», 2009. 319-322с.

132. Саломова У.Т. Роль инновационного предпринимательства в обеспечении и развития национальной экономики/ Р.К. Раджабов, У.Т. Саломова.//Тенденции развития экономики и высшего образования в условиях глобализации. Материалы второй межд. науч. метод. конф. (г. Душанбе, 16-17 мая, 2014г.) - Душанбе.: ТГУК, 2014. 24-26с.

133. Саломова У.Т. Экономико-математическое моделирование прогнозирования спроса населения на бытовые услуги в Республике Таджикистан. / С. Зубайдов, У.Т. Саломова, // Материалы межд.науч.прак.конф. Моделирование экономических процессов и современно-инновационных технологий. (г. Душанбе, 27 ноября 2015г.). – Душанбе.: ТНУ, 2015. 45-50с.

134. Сабилова З.Э. Развитие социально значимых бытовых услуг на принципах государственно-частного партнерства в регионе". Автореферат дисс. на // соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Москва 2013, с. 11.

135. Смирнов Ю.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства за рубежом / Ю.Г. Смирнов, Я.С. Нурлиева // Патентная информация сегодня. – 2010 год. №1. 5-10с.

136. Смит А., Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва: 1985.

137. Соловьев В.Н. Управление предприятиями бытового обслуживания / В.Н. Соловьев. – М.: Легпром быт издат, 1990. – 186с.

138. Солодилова Н., Курманова Л.Р., Курманова Д.А. Современные тенденции и эффективность хозяйствования в сфере услуг. Уфа, 2007. 12с.
139. Солодилова Н.З. Сфера услуг в постиндустриальном обществе / Н.З. Солодилова // Вестник УТИС, 2001. - №1. 37-39с.
140. Статистический ежегодник Республики Таджикистан 2017 – Душанбе, ГАС ПРТ, 2017
141. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе: АСПРТ, 2016 – 466с.
142. Статистический ежегодник Согдийской области 2017 – г. Худжанд, Гл. управление Агентство по статистике при Президенте РТ в Согдийский области, 357с.
143. Статистический сборник: 25 лет государственной независимости Республики Таджикистан – Душанбе, Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2016
144. Статистического ежегодник Республики Таджикистан – Душанбе, 2018 г., 231с.
145. Столярова А.Н. Эффективность кооперативных систем массового обслуживания населения / А.Н. Столярова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - № 5. –45-49с.
146. Султонов З. Ресурсно – экономический потенциал регионов Таджикистана. г.Душанбе. Дониш 2004 г.
147. Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг / Л.Б. Сульповар. – М.: МТИ, 1992. – 136с.
148. Социальная политика, уровень и качество жизни. Словарь – М.: Изд – во ВЦУЖ 2001. – С.8.
149. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Том 3. Особенности функционирования отдельных отраслевых групп услуг: под ред. Ю.П. Свириденко. – М.: «Кандид», 2001. – 264с.

150. Сюткин Г.Н., Семенов М.Ю. Сертификация безопасности и качества услуг: Учебник пособие. – М.: МГУС, 2001 – С.160.
151. Супян В.Б. Экономика США. – Спб. Питер, 2010 г., - С. 125
152. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность: Учебник пособие для ВУЗов – Москва: Академия, 2011, - 254с.
153. Терещенко Н.Н. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли / Н.Н, Терещенко – М., 2008. – С. 105.
154. Трусова С.В. Методические подходы к оценке качества услуг розничной торговли. // Сегодня и завтра российской экономики. 2010. – Вып. 40. – 193-198с.
155. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. К. Хаксевер, Б.Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик. – Спб.: Питер, 2002. – 752с.
156. Управление развитием социальной сферы муниципального образования: под общей ред. Е.В. Тишина. – М.: РИЦ «Муниципальная власть», 2001. – 286с.
157. Узбекистан в цифрах. Статистический сборник госкомстата Республики Узбекистан. – Ташкент, 2016 г. –С. 46.
158. Факеров Х.Н. Формирование и развитие потребительского рынка Республики Таджикистан // Экономика Таджикистана: стратегия развития. – №4 2001.
159. Факеров Х.Н. Теория и практика становления инфраструктуры потребительского рынка.-Душанбе: «Ирфон», 2002 г., с.25.
160. Фозилханов Д.О. Формирование и развитие рынка бытовых услуг в сельских территориях Таджикистана – Автореферат дис. кан. наук: - Душанбе, 2009 г. – С.
161. Фомичев В.И. мировая экономика и международный бизнес. – М. Экономика, 2012. с 210

162. Хабибов С., Джамshedов М., Шаропов Ф.Р. Экономика и организация предприятий торговли / С. Хабибов, М. Джамshedов, Ф.Р. Шаропов. – Душанбе: «Ирфон», 2014. – 358с.
163. Хабибов С., Факеров Х.Н. Шаропов Ф.Р. Менеджмент проектов / С. Хабибов, Х.Н. Факеров, Ф.Р. Шаропов. – Душанбе: Эр-граф.: 2009. – 160с.
164. Ходыревская С.В. Управление рисками в сфере услуг / С.В. Ходыревская, А.В. Маякова // Вопросы философии – М.: 2013. - № 1. 32-36с.
165. Чаплина А.Н. управление потребительским рынком города/ А.Н. Чаплина Регионология. 4/2003-1/2004. № 45-46. – 66-77с.
166. Червова Н.В. Фор мирование и развитие рынка бытового обслуживания населения (на примере Хабаровского края). Автореферат дисс. канд. экон. наук/08.00.05 – Н.В. Червова. – Хабаровск, 2012. – 22с.
167. Черненко В.А. Теоретические основы исследования сферы сервиса и сферы услуг/ В.А. Черненко // Инновации – М.: 2009. №5. – 18-21с.
168. Шабарина Т. Качество в сфере услуг: как его измерить? / А.В. Шарый. – М.: Стандарты и качество, 2010. - № 1. – 78-80с.
169. Шаинян Б.Р. Организация комплексного бытового обслуживания населения шаговой доступности (на примере г. Москвы). Автореферат дисс...канд.экон.наук/08.00.05-Б.Р. Шаинян. – М.: 2007. – 27с.
170. Шарипов М.М. Конкурентоспособность и оценка эффективности конкурентной деятельности организаций в современных условиях. Вестник Белгородского университета, 2011г.
171. Шаронов М.А. Некоторые технологические возможности современных бытовых услуг / М.А. Шаронов, В.П. Шаронова, Р.Ю. Коротницкий // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – М.: 2015. - № 3. – 53-57с.
172. Шнейдерман И.М. Статистика услуг/ И.М. Шнейдерман. – М.: 1974. – 432с.

173. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития/ Й. А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 192с.

174. Юхименко В.В. Социально-экономические вопросы прогнозирования бытового обслуживания населения. Автореферат дисс...канд.экон.наук:08.00.05/В.В.Юхименко. – М., 1984. – 20с.

Динамика объема бытовых услуг населению Республики Таджикистан за 2010-2017гг.

(в ценах соответствующих лет, млн. сомони)

Регионы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 к 2010г.,%
Всего по стране	2105,2	2587,2	3310,6	3608,3	3707,3	3758,6	3694,1	3908,3	185,6
Численность населения, тыс. чел	7621,2	7807,2	7987,2	8161,1	8352,0	8551,2	8742,8	8931,2	117,2
на душу населения, сомони	276,23	331,39	414,49	442,13	443,88	439,54	369,4	437,6	158,4
г. Душанбе, в том числе	253,4	262,6	380,9	440,7	462,8	471,7	437,3	516,0	203,6
Численность населения, тыс. чел	731,1	748,0	764,3	775,8	788,0	802,7	816,2	831,4	113,7
на душу населения, сомони	346,6	351,07	498,36	568,06	587,31	587,64	535,8	620,6	179,1
РРП, в том числе:	381,3	558,4	562,8	615,6	622,2	599,2	587,1	594,8	155,9
Численность населения, тыс. чел	1741,4	1786,1	1832,2	1874,0	1922,0	1972,3	2021,2	2069,2	118,8
на душу населения, сомони	218,96	312,64	307,17	328,73	323,73	303,9	290,5	287,4	131,3
Согдийская область, в том числе:	935,3	1174,7	1413,2	1585,5	1587,5	1687,1	1622,7	1702,0	181,9
Численность населения, тыс. чел	2247,6	2298,8	2349,0	2400,6	2455,5	2511,0	2560,8	2608,5	116,1
на душу населения, сомони	424,14	511,0	601,6	660,46	646,51	660,9	633,7	652,5	153,8
Хатлонская область, в том числе:	527,0	582,8	923,5	936,6	1004,2	999,4	1015,6	1061,5	201,4
Численность населения, тыс. чел	2698,6	2765,8	2831,7	2898,6	2971,5	3047,8	3124,4	3198,5	118,5
на душу населения, сомони	195,86	210,72	326,13	323,12	337,94	328,08	325,1	331,9	169,5
ГБАО, в том числе:	8,2	8,7	30,2	29,9	30,6	31,2	31,4	34,0	414,6
Численность населения, тыс. чел	206,5	208,5	210,2	212,1	214,3	217,4	220,2	223,6	108,3
на душу населения, сомони	39,71	41,73	143,67	140,97	142,79	143,5	142,6	152,1	382,9

Источник: Расчеты автора на основе: Таджикистан: 25 лет государственной независимости. Статистический сборник.- Душанбе: АСПРТ, 2012.- С.434; Статистический ежегодник Республики Таджикистан 2018.- С.442-443- Душанбе: АСПРТ, 2018. С. 399-400.

Корреляционный анализ влияния макроэкономических показателей на развитие сферы бытовых услуг

		X1	X2	X3	X4	Y
	1					
X1	0,991448	1				
X2	0,999681	0,990641	1			
X3	0,694531	0,700895	0,69992	1		
X4	-0,67429	-0,66629	-0,66386	-0,56335	1	
Y	0,939797	0,944679	0,934238	0,485527	-0,67671	1

Расчеты автора

Регрессионный анализ влияния макроэкономических показателей на развитие сферы бытовых услуг

ВЫВОД ИТОГОВ								
<i>Регрессионная статистика</i>								
Множественный R	0,982769333							
R-квадрат	0,965835563							
Нормированный R-квадрат	0,931671125							
Стандартная ошибка	129,7511759							
Наблюдения	9							
Дисперсионный анализ								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>			
Регрессия	4	1903757,018	475939,3	28,2702	0,003422			
Остаток	4	67341,47064	16835,37					
Итого	8	1971098,489						
	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Верхние Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	<i>Нижние 95,0%</i>	<i>Верхние 95,0%</i>
У-пересечение	1730,971148	4899,420408	0,353301	0,741696	-11872	15333,94	-11872	15333,94
Переменная X 1	0,161848671	0,099120953	1,63284	0,17784	-0,11336	0,437053	-0,11336	0,437053
Переменная X 2	-0,014024545	2,389560509	-0,00587	0,995598	-6,64851	6,620459	-6,64851	6,620459
Переменная X 3	-4,89709058	1,720486521	-2,84634	0,046568	-9,67393	-0,12025	-9,67393	-0,12025
Переменная X 4	-9,539341232	8,010820683	-1,19081	0,299564	-31,7809	12,70226	-31,7809	12,70226

Законодательные гарантии и льготы для развития фирм малого и среднего бизнеса бытового обслуживания с иностранными инвестициями

№ з/п	Законодательные гарантии и льготы для развития фирм малого и среднего бизнеса бытового обслуживания с иностранными инвестициями
1	Гарантия равенства прав инвестора. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 4).
2	Гарантии правовой защиты инвестора и инвестиционной деятельности. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 5).
3	Гарантия права на перемещение иностранных инвесторов. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 6).
4	Гарантия прав использования доходов. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 7).
5	Гарантии возмещения инвестиций и полученных доходов. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 7).
6	Гарантии перевода доходов за границу. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 7)
7	Валютные операции. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 8).
8	Гласность деятельности государственных органов в отношении инвесторов. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 9).
9	Недопустимость вмешательство органов государственной власти в инвестиционную деятельность. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 10).
10	Гарантии прав инвестора при национализации и реквизиции. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 11).
11	Передача права инвестора другому лицу по гарантии страховых договоров. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 12).
12	Гарантия права инвестора на вывоз имущества и информации. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 14).
13	Права инвестора на объекты интеллектуальной собственности. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 15).
14	Права инвестора на использование природных ресурсов. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 16).
15	Гарантии для инвестора, осуществляющего реинвестирование. Закон РТ «Об инвестициях» (статья 17).
16	Гарантии на собственность продукции и доходов от концессионной деятельности. Закон РТ «Об концессиях» (статья 4 часть 2).
17	Гарантии на прибыль от концессионной деятельности. Закон РТ «Об концессиях» (статья 19).
18	Гарантии срока действия концессионного договора. Закон РТ «Об концессиях» (статья 13).

Составлено автором