

УДК:338.465.2 (575.3)

На правах рукописи

ДЖУМЪАЕВ БАХОВИДДИН МАХМАДНАЗАРОВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ: ТЕОРИЯ,
МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА
(на материалах Республики Таджикистан)**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексными – сфера услуг)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
доктора экономических наук в виде научного доклада

Душанбе – 2021

Работа выполнена в Институте туризма, предпринимательства и сервиса
Министерства промышленности и новых технологий Республики Таджикистан

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор Джурабаев Г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	17
1.1. Теоретические основы определения понятия «бизнес-услуг» в современной экономике	17
1.2. Подходы и методы классификации бизнес-услуг в условиях рыночной экономики	37
1.3. Зарубежный опыт формирования и развития рынка бизнес-услуг	61
1.4. Принципы формирования и факторы развития рынка бизнес-услуг	84
ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ И ЗНАЧЕНИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ	106
2.1. Концептуальные основы определения роли и значения бизнес - услуг в формировании экономики знаний	106
2.2. Разработка методов и моделей оценки качества бизнес-услуг в условиях рынка	126
2.3. Методологические подходы к оценке производительности бизнес-услуг в условиях рыночной экономики	148
ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН	163
3.1. Институциональные основы формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан	163
3.2. Анализ состояния и тенденции развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан	178

3.3 Особенности и факторы формирования спроса на бизнес-услуги в условиях рыночной экономики	193
3.4. Тенденции развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан	210
ГЛАВА 4. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН	225
4.1. Стратегические направления формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан	225
4.2. Вариантно-сценарные условия развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан	243
4.3. Совершенствование организационно-экономического механизма функционирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан	260
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	275
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	290
ПРИЛОЖЕНИЕ	310

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В экономике Республики Таджикистан происходят структурные изменения, связанные с повышением роли и значения сферы услуг в создании добавленной стоимости, обеспечении занятости и росте международной торговли. Среди множества категорий сферы услуг в последние годы выделились бизнес-услуги, как важный сектор экономики, которые вступая как промежуточные услуги, способствовали не только росту сферы услуг в структуре ВВП, но и индустриализации и развитию смежных отраслей экономики страны. Наряду с этим, бизнес-услуги играют важную роль в достижении экономического роста посредством активного участия в процессе реорганизации производства товаров и услуг, совершенствования структуры торговли, как внутри страны, так и за рубежом.

На современном этапе развития экономики страны, формирование и распространение информационной технологии, выступая как соединяющее звено между реальным сектором экономики и сферой услуг, способствовали росту компонентов бизнес-услуг как входной ресурс в производственном секторе экономики и передаче стороннему исполнителю некоторых бизнес-функций предприятия. Такие процессы структурных изменений, которые требуют нового механизма взаимодействия между производственным сектором и сферой услуг, положительно повлияли не только на развитие самой отрасли бизнес-услуг, но и других секторов экономики, предъявляющих спрос на эти услуги.

Бизнес-услуги, выступая как инновационный и динамичный компонент современной экономики, повышают инновационный характер промышленности и сельского хозяйства. В таких условиях эффективность функционирования многих предприятий и организаций этих отраслей зависит от количества и качества неосязаемых затрат, произведенных и оказанных сектором бизнес-услуг.

В последние годы растущее внимание экономики к знаниям стимулировало рост и развитие наукоемких бизнес-услуг до такой степени, что

они стали одним из наиболее быстрорастущих секторов в странах с развитой и развивающейся экономикой, а также все более важным источником инноваций. Эволюция в направлении экономики, основанная на знаниях, представляет собой не только новую проблему конкурентоспособности, но и изменение характера организации на способах разработки и реализации своих стратегий. Растущая зависимость предприятий и организаций от нематериальных активов делает их более подвижной к инновациям, и эффективное сочетание конкурентоспособности фирм, регионов и стран зависит от их способности получать доступ к новым производственным знаниям и технологиям, в производство и распространение которых важную роль играют предприятия сферы бизнес-услуг.

Таким образом, в последние годы вопросы развития сектора бизнес-услуг занимают особое место, так как являются одним из основных объектов теоретических исследований в области экономики сферы услуг. Важность укрепления теоретической и методической базы формирования и развития сектора бизнес-услуг определяется тем, что он создает основы инновационной системы страны и играет одну из главных ролей в повышении конкурентоспособности предприятий, фирм и выпускаемых ими продукции. Тесная взаимосвязь сферы бизнес-услуг со всеми отраслями материального производства имеет все возрастающее значение для развития национальной экономики, что определяет актуальность исследования и необходимость разработки организационно-экономического механизма развития данного рынка.

Потребность в реализации стратегической цели по ускоренной индустриализации страны, и ее перехода на экспортоориентированную модель развития в условиях либерализации внешнеторговой деятельности делают особенно важными вопросы теории, методологии и практики развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан. Здесь требуются адекватные подходы к управлению развитием данного рынка, научное обеспечение решения которых будет способствовать эффективному развитию национальной

экономики Таджикистана в целом.

В таких условиях со всей остротой на первый план выдвигается необходимость разработки организационно-экономического механизма развития рынка бизнес-услуг с учетом происходящих количественных и качественных изменений сектора услуг, как приоритетной сферы национальной экономики, реализации четвертой стратегической цели страны по ускоренной индустриализации, предусматривающие роль и значение промежуточных услуг в производстве промышленной продукции и разработки эффективных форм и методов управления ими.

Вместе с тем, усиление роли процессов, существующих в данной сфере, предопределяет потребность в комплексном изучении вопросов формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан с использованием системного подхода, разработки необходимого понятийного аппарата и методологического инструментария, что требует особого внимания к данной проблематике. Вышесказанное предопределяет актуальность темы исследования.

Степень научной разработанности темы исследования. Вопросам формирования и развития рынка бизнес-услуг в условиях рыночной экономики, в настоящее время уделяется большое внимание, поскольку бизнес-услуги являются важнейшим промежуточным ресурсом для производства товаров и услуг, а также для обеспечения устойчивого экономического роста.

Подходы к определению понятия и сущности бизнес-услуг, а также его особенности нашли отражение в работах российских экономистов: Дорошенко М., Зорин М., Котомина О.В., Николайчук В.Е., Оганисян Н.А., Песоцкая Е.В., Пушина Е.Г., Садофьев А.А., Тюкавкин Н.М., Хусаинов М.К., Шнякина Ю.Р., и др.

Принципы и методы классификации бизнес-услуг в условиях рыночной экономики нашли отражение в работах Гаджиевой А. Г., Голубковой И., Дергуновой М. И., Дорошенко М., Зорина М., Игнатъевой А.В., Казанцевой А.Н., Котомина О. В., Кулибановой В.В., Мальцевой А. А., Михаловой В.,

Надеина Н.В., Николайчука В.Е., Песоцкой Е.В., Поворина Е. В., Тюкавкина Н.М., Червякова Л. М., и др.

Методологии, методы и модели оценки и контроля качества услуг явились предметом исследования зарубежных авторов: Аксельссон Б., Аслесен Х.И., Берри Л.Л., Бородако К., Вамси К., Винстра Ф., Ву К.С., Грегори Дж. Л., Гронроуса С., Гунариса С., Джеллал Ф., Зейтхамла В.А., Корина П. С., Мюллер Э., Парасураман А., Парри В., Ребекка Р., Хайди Р., Хаксевер К., Халинина А., Шмигина И., Эйтал П. С., Эннью С., и др.

Методологические подходы к оценке производительности бизнес-услуг в условиях рыночной экономики рассматривались в работах: Федюнина А.А., Хаксевер К., Бородин А. И., Кучина В., Кучина Е. В., Малышев Д.С., Сухарев О., Тащев А. К., Филатов В. М., Шаш Н.Н. и др.

Значительный вклад в разработку теоретических и методологических вопросов изучения состояния и развития некоторых секторов бизнес-услуг в Республике Таджикистан внесли таджикские ученые: Аминов С.Н., Ганиев Т.Б., Джурабаев Г., Каюмов Н.К., Комилов С.Дж., Курбонов А.Р., Мирсаидов А.Б., Низамова Т.Д., Раджабов Р.К., Саидмурадов Л.Х., Саидова М.Х., Самандаров И.Х. Усманова Т.Дж., Факеров Х.Н., Хабибов С.Х., Ходжаев П.Д., и др.

Однако, среди существующих исследований отечественных и российских ученых, по нашему мнению, недостаточно разработок, посвященных исследованию целого комплекса бизнес-услуг. Существующие исследования, в основном, ограничиваются в рамках конкретных видов (подвидов) бизнес-услуг или конкретных аспектов развития рынка деловых услуг. Кроме того, в экономической теории механизм формирования и развития рынка бизнес-услуг еще недостаточно обоснован и аргументирован, что требует проведения специального исследования по определению тенденций и перспектив развития национального рынка бизнес-услуг с учетом повышения характера знаниеемких и интеллектуальных услуг.

Целью диссертационной работы являются исследование теоретико-методологических и методических основ формирования и развития, анализ

тенденций, перспектив и стратегических ориентиров развития рынка бизнес-услуг, разработка вариантно-сценарных условий перспективного развития, а также совершенствование организационно-экономического механизма функционирования рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Поставленная цель предопределила последовательное решение следующих научно-теоретических, методологических, методических и практических задач:

- уточнить теоретико-методические основы формирования и развития рынка бизнес-услуг, подходы и методы классификации бизнес-услуг в условиях рыночной экономики;

- изучить зарубежный опыт формирования и развития рынка бизнес-услуг и выявить принципы формирования и факторы развития;

- исследовать концептуальные основы определения роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики знаний;

- разработать методы и модели оценки качества бизнес-услуг и уточнить методологические подходы к оценке производительности бизнес-услуг в условиях рыночной экономики;

- изучить институциональные основы формирования и развития рынка бизнес-услуг, проанализировать состояние и тенденции развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан;

- выявить особенности и факторы формирования спроса на бизнес-услуги в условиях рыночной экономики, а также оценить тенденцию развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан;

- обосновать стратегические направления формирования и развития рынка бизнес-услуг и оценить вариантно-сценарные условия развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

- разработать рекомендации по совершенствованию организационно-экономического механизма функционирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Объектом исследования являются предприятия и организации сектора бизнес-услуг, в целом, а также отдельные его подсектора как один из важнейших факторов достижения экономического роста в условиях рыночной экономики.

Предметом диссертационного исследования являются теоретико-методологические и методические основы формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан и экономические отношения, возникающие в процессе оказания бизнес-услуг между предприятиями и организациями страны.

Теоретико-методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных исследователей в области теории и практики экономики сферы услуг в целом и бизнес-услуг в частности, а также нормативно-правовые акты по вопросам регулирования различных аспектов рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Методология и методы исследования. Методологической основой работы являются методы и приемы научного познания. Исследование базируется на использовании общенаучных комплексов (анализа и синтеза, индукции и дедукции, логического моделирования, системного, регрессионного анализа) и специальных методов.

Методика исследования основана на системном и комплексном подходе при изучении экономических показателей сферы бизнес-услуг в целом, а также в сочетании с более детальным изучением ее отдельных подсекторов.

Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативные акты Республики Таджикистан, материалы Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, отчеты министерств и ведомств, Национального банка Таджикистана, а также материалы международных организаций, ряда конференций, семинаров, круглых столов по вопросам формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, и результаты исследований, полученных лично диссертантом.

Научная новизна диссертационной работы. В ходе проведения данного исследования получены новые результаты по разработке концептуальных положений управления формированием и развитием рынка бизнес-услуг в

Республике Таджикистан и предложены практические рекомендации по совершенствованию структуры рассматриваемого рынка в условиях индустриализации экономики страны.

К наиболее существенным теоретико-методологическим и практическим результатам исследования, содержащих элементы научной новизны, относятся:

– систематизированы теоретико-методические основы формирования и развития рынка бизнес-услуг на базе:

✓ уточнения понятия бизнес-услуги как набор невещественных видов экономической деятельности, основанный на знаниях и опыте, оказываемые предприятиям и организациям на основе активного взаимодействия поставщика и потребителя услуги, и используемые как промежуточный ресурс для создания дополнительных ценностей (стоимости), которые в итоге влияют на качество и эффективность производственной деятельности не только клиента, но и на степень удовлетворенности конечных потребителей оказываемых услуг;

✓ авторской классификации видов бизнес-услуг в зависимости от требуемого вида необходимого знания и опыта по оказанию бизнес-услуг;

✓ выделения роли бизнес-услуг в реализации функций предприятия в сфере администрирования, управления, организации труда на предприятиях, производстве, распространении и продаже товаров;

✓ раскрытия производственно-технологических, организационно-экономических и социально-экономических условий развития рынка бизнес-услуг, способствующих обозначить его роль в развитии других отраслей экономики посредством расширения межотраслевых и межхозяйственных взаимодействий и усиления кооперации между ними;

– выявлены условия формирования рынка бизнес-услуг с учетом выделения факторов его развития (действие государства на рынке услуг, научно-технический прогресс, внедрение инноваций, глобализация, интернационализация, изменения условий рынка, экономические факторы, социальные нормы в обществе) и зарубежного опыта формирования и развития

рынка бизнес-услуг. Определены динамические изменения, происходящие на рынке услуг, основанные на знаниях, инновациях и технологиях, которые способствуют росту использования профессиональных бизнес-услуг предприятиями и организациями. Уточнено действие выявленных факторов на рост сферы услуг, повышение его значимости в экономическом развитии страны и усиление его воздействия на структуры промышленности и сельского хозяйства, расширение производственной специализации и более эффективного использования ресурсов. Выделены инновационные аспекты формирования конкурентного преимущества и развития научно-технического прогресса на предприятиях сферы услуг;

– предложены методические инструментари определения роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики знаний. На основе анализа инновационной природы сектора бизнес-услуг выделены технические, управленческие и профессиональные знания, роль которых усиливается в формировании экономики знаний. Культура обслуживания рассмотрена как важный нематериальный ресурс при предоставлении бизнес-услуги. Предложен подход по измерению производительности бизнес-услуг с учетом использования дополнительных показателей, отражающие деятельность предприятий сферы бизнес-услуг, к важнейшим из которых относятся фактор участия клиента в процессе оказания услуг, творческая деятельность персонала, качество принимаемых ими решений, наличие элементов инновации при предоставлении услуг и качество знаний. Обоснована и разработана стратегия повышения производительности бизнес-услуг, и интегрированная модель оценки производительности бизнес-услуг с учетом активизации драйверов инноваций и особенностей входных и выходных параметров для развития бизнес-услуг;

– предложены методологические подходы к оценке качества бизнес-услуг, совершенствован инструментарий оценки и измерения воспринимаемого качества услуг, выявлены преимущества и недостатки использования различной методики оценки качества бизнес-услуг (SERVQUAL, модель

расхождения качества услуги – GAP и INDSERV), определены основные подходы оценки качества бизнес-услуг с учетом особенностей системы взаимоотношений в данном секторе и факторов, определяющих качество услуг. Выделены проблемы оценки качества результатов бизнес-услуг с учетом широкой номенклатуры таких услуг и трудностей нахождения общего показателя измерения качества услуг. Разработана методика оценки качества бизнес-услуг в зависимости от наличия элементов инновации в показателях, определяющих качество бизнес-услуг.

- предложена институциональная структура рынка бизнес-услуг, выявлены современные тенденции и особенности развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан с учетом анализа динамики спроса на важнейшие виды бизнес-услуг в стране, объема иностранных инвестиций в развитии отрасли и динамики импорта международных услуг. Доказано, что независимо от низкого уровня развития обрабатывающей промышленности, как важный сегмент, проявляющий спрос на бизнес-услуги, в стране имеются необходимые предпосылки для формирования и развития рынка бизнес-услуг. Высокая доля импорта важнейших видов бизнес-услуг (консультационные услуги, услуги по финансовому посредничеству, услуги по проведению финансовых ревизий) свидетельствует о совершенствовании структуры рынка услуг в стране и повышении значения бизнес-услуг в развитии национальной экономики. Предложен механизм стимулирования темпа роста бизнес-услуг на основе развития производственных и иных отношений предприятий и организаций, специализирующиеся на предоставлении бизнес-услуг, обеспечения динамичности развития рынка бизнес-услуг, улучшения инфраструктуры и совершенствования инновационной среды функционирования предприятий сектора бизнес-услуг. Выявлены особенности и факторы формирования спроса на бизнес-услуги, а также тенденции развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан;

– обоснованы и разработаны стратегические направления развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, предусматривающие: повышение

роли и значения сектора бизнес-услуг в модернизации и повышении конкурентоспособности промышленных предприятий, формировании высокой культуры обслуживания клиентов рынка бизнес-услуг, улучшении дистанционной инфраструктуры оказания бизнес-услуг, формировании информационной инфраструктуры и инновационной платформы оказания бизнес-услуг, ускорении процесса подготовки и переквалификации кадров в сфере оказания бизнес-услуг, стимулирования спроса на знаниеемкие бизнес-услуги, содействии развитию интеграции предприятий в сфере знаниеемких бизнес-услуг, осуществлении финансовой поддержки важнейших отраслей бизнес-услуг, создании льготной системы кредитования субъектов бизнес-услуг, расширении интернационализации деятельности поставщиков бизнес-услуг, формировании и развитии отраслевых кластеров в сфере оказания бизнес-услуг и др.;

– проведен прогноз тенденций изменения динамики основных показателей развития отрасли и разработаны сценарии развития с учетом особенностей рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, в частности «инерционное развитие», «пессимистическое развитие» и «интегрированное развитие», учитывающие важнейшие государственные программы, национальной стратегии развития экономики Республики Таджикистан на период до 2030 года. Предложены научно-методические подходы для улучшения дальнейшего развития бизнес-услуг в разных рассматриваемых сценариях, позволяющие корректировать развитие сектора бизнес-услуг в направлении «интегрированное развитие»: меры по подготовке высококвалифицированной рабочей силы для нужд отраслей и повышение мобильности труда; меры по расширению доступа менее обеспеченных организаций и депрессивных регионов к бизнес-услугам; меры по либерализации торговли услугами и поощрению признания отечественных стандартов за рубежом или признание эквивалентности квалификации работников бизнес-услуг; меры по поддержке клиентов бизнес-услуг;

– обоснован и разработан комплекс рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма функционирования рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, предусматривающий организацию системы взаимоотношений между основными субъектами при оказании бизнес-услуг и механизма согласования интересов основных субъектов данного рынка при планировании, оказании и потреблении бизнес-услуг. Доказано, что реализация предложенного механизма на практике способствует углублению специализации среди участников рынка бизнес-услуг, позволяющие им получить эффект эмерджентности от взаимодействия сторон с учетом обеспечения их конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. Определены стратегические позиции развития наукоемких бизнес-услуг в повышении международной конкурентоспособности промышленности и сельского хозяйства Таджикистана, активизации инновационных процессов и формирование информационной платформы, направленной на развитие обрабатывающей промышленности, и различных секторов сферы услуг.

Область исследования. Диссертационная работа соответствует пунктам Паспорта номенклатуры специальностей научных работников по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг): 1.6.109 - Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка; 1.6.112- Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг; 1.6.116- Механизм повышения эффективности и качества услуг; 1.6.117- Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг; 1.6.118- Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг и 1.6.121- Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.

Практическая значимость исследования состоит в том, что использование выводов и рекомендаций диссертационной работы на практике

позволяет совершенствовать рынок бизнес-услуг в Республике Таджикистан, а также усилит его значение в развитие смежных отраслей производства. Полученные результаты также могут быть использованы государственными органами власти при выработке политики развития сектора бизнес-услуг, составлении текущих и долгосрочных программ социально-экономического развития, а также в высших учебных заведениях при ведении соответствующих дисциплин. Материалы диссертации были использованы в практической деятельности Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан.

Научно-методические разработки автора использованы при чтении дисциплин «Экономика сферы услуг», «Экономическая теория», и «Международная торговля услугами» для студентов экономических специальностей ГОУ Института туризма, предпринимательства и сервиса Министерства промышленности и новых технологий Республики Таджикистан.

Апробация диссертационного исследования. Основные положения диссертационного исследования обсуждены на научных семинарах кафедры экономической теории и предпринимательской деятельности ГОУ «Институт туризма, предпринимательства и сервиса» Министерства промышленности и новых технологий Республики Таджикистан (2006-2021 годы); а также на международных и республиканских научно-практических конференциях (2006-2021 годы).

Публикации. По материалам диссертации опубликовано 70 работ общим объемом свыше 107,9 п.л. (автор. – 84,08 п.л.), из них 19 статей в журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, 2 авторские монографии, 3 коллективные монографии.

Объем и структура диссертации обусловлены предметом, основной целью, задачами, логикой исследования. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и списка использованной литературы, включающего 235 наименований, изложена на 316 страницах. Содержит 38 таблиц и 21 рисунков.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1. Теоретические основы определения понятия «бизнес-услуг» в современной экономике

На современном этапе развития производственных сил наблюдаются структурные изменения в национальной экономике и повышается значимость роли сферы бизнес-услуг в достижении экономического роста и обеспечении бесперебойного инновационного развития смежных отраслей экономики страны. Однако, независимо от существующих исследований в экономической науке относительно выявления места и роли сферы услуг в экономике, исследование понятия и содержания бизнес-услуги в Российской Федерации и Республике Таджикистан не проводилось в достаточной степени. Недостаточная разработанность теоретических и методологических подходов, влияющих на формирование и развитие рынка бизнес-услуг, потребность научного обоснования содержания бизнес-услуги требует пересмотра роли и значения бизнес-услуг в развитии национальной экономики и проведения новых научных исследований.

Для раскрытия понятия «бизнес-услуг», прежде всего, необходимо рассматривать виды услуг в зависимости от сферы их пользования. Услуги здесь разделяются на две категории: услуги, которые предоставляются для удовлетворения нужд населения и услуги, которые предоставляются для удовлетворения нужд коммерческих фирм и государственных институтов. Бизнес-услуги относятся ко второй категории.

До 1980-х годов бизнес-услуги не рассматривались как отдельная отрасль сферы услуг и на них приходилось незначительная доля предоставленных услуг в экономике. Это было связано с тем, что большинство видов деятельности, которые сегодня рассматриваются как бизнес-услуги, выполнялись производственными фирмами или неспециализированными бизнес-ячейками.

Активное развитие рынка бизнес-услуг в начале 21 века обусловлено влиянием целого ряда факторов,¹ важнейшими из которых являются повышение спроса на услуги отраслей, углубление индустриализации и разделения труда в развитых странах, в ходе которого бизнес-услуги выделились в самостоятельные отрасли, тенденций бизнеса, к которым относится расширение сферы деятельности промышленных предприятий, развитие информационных технологий, в том числе интеграция компьютерных и телекоммуникационных технологий, а также интенсивного использования компьютерной техники и сети Интернет.

Бизнес-услуги - это такие виды услуг, которые предоставляются со стороны специализированных фирм и предприятий для удовлетворения потребностей других фирм или организаций.

Понятие бизнес-услуг охватывает такие нематериальные виды деятельности, которые непосредственно предоставляются предприятиями, фирмами и другими организациями, занимающимися коммерческой или производственной деятельностью.

Согласно определения Мартина Х. бизнес-услуги включают такие виды услуг, которые одна фирма предоставляет другой фирме для поддержки ее деятельности. К ним относятся профессиональные услуги, такие как управленческий консалтинг, бухгалтерский учет и юридические услуги, технические услуги, такие как услуги в сфере проектирования, инженерные и архитектурные услуги, а также услуги для поддержки работы предприятий, которые включают услуги по аренде офисов, найма рабочей силы и занятости, услуги по обеспечению безопасности и услуги по промышленной очистке и уборке помещений.²

Рынок бизнес-услуг – это специфическая социально-экономическая система рыночного хозяйства, которая отражает опосредованный процесс

¹ Шнякина Ю.Р. Приоритетность бизнес услуг в условиях инновационной активности региона / Ю.Р.Шнякина // Транспортное дело России. – М.: Морские вести России, 2012. – № 5. – С.64.

² Martin H.T., Katrine E.N. Barriers to productivity growth in business services / H.T.Martin, E.N.Katrine - Copenhagen: Copenhagen Economics, May 2013. – P.12.

удовлетворения потребностей хозяйствующих субъектов в услугах, способствующих повышению эффективности их деятельности и усилению конкурентных позиций³.

Бизнес-услуги преимущественно предоставляются компаниями, фирмами, государственными учреждениями и другими производственными организациями. Поэтому, если рассмотреть с точки зрения их назначения, бизнес-услуги, в первую очередь, удовлетворяют производственные нужды в процессе изготовления конечных продуктов. Хотя некоторые поставщики бизнес-услуг, такие как услуги нотариуса или поставщики архитектурных услуг предлагают определенные свои услуги конечным потребителям или населению.

Часто бизнес-услуги производятся в интерактивном режиме с участием клиентов. Основываясь на этой концепции, Хескова Я. и Хутманова Э. определяют бизнес-услуги как сервисная деятельность, используемая в промежуточном производственном процессе, которое повышает качество производства товаров и услуг и его эффективность, наряду с услугами предоставляемыми самим предприятием⁴.

В настоящее время востребованность бизнес-услуг обусловлена рядом обстоятельств. Во-первых, распространение наукоемких технологий естественным образом меняют традиционные подходы к принципам и методам управления бизнес – структур. Во-вторых, спрос на данный вид услуг носит эпизодический характер, в зависимости от типизации и стандартизации услуг, вследствие чего оказывается нерентабельным содержать штатных специалистов. В-третьих, возрастает популярность аутсорсинга персонала в различных сферах деятельности. И наконец, в четвертых расширяется сегмент

³ Полутов В.И., Шестакова Е.В. Проблемы регионального рынка бизнес-услуг. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.orenport.ru/images/img/384/shestakova_1.pdf. (Дата обращения – 12.02.2017 г.)

⁴ Heckova J. Business services and their contribution to economic growth within European Union / J.Heckova, E.Huttmanova A.Chapcakova // Proceedings of scientific works of the department of economics and the economy ANNO, -Bratislava: Univerzita Kniznica. – 2008. – P.187.

бизнес-услуг для малого и среднего предпринимательства за счет предоставления новых форм комплексных услуг⁵.

Для бизнес-услуг характерны общее свойство самой услуги такие как, разнородность охватываемых видов деятельности, несохраняемость и неосвязаемость, которое потребляемым предприятиям необходимо учитывать при приобретении или определении его качества.

Неоднородность бизнес-услуг делает сложным разработку общей методики или системы оценки качества, предоставляемых или приобретаемых услуг, которые подходили бы для всех видов конкретного вида бизнес-услуг.

Неосязаемое свойство бизнес-услуг затрудняет потребителям давать оценку качества приобретаемых услуг или сравнивать его с аналогичными услугами других поставщиков. Так как клиент не может видеть эти услуги, слышать его звук, чувствовать запах или вкус. Исходя из этого, бизнес-потребителям приходится полагаться на личный опыт или имеющиеся достоверные источники информации, чтобы оценивать результат совершаемых сделок по приобретаемым услугам.

Неотделимость процесса производства и потребления услуг означает, что услуги покупаются (употребляются, приобретаются) бизнес-клиентами, в то время, как они еще не произведены (не существуют). При этом поставщикам необходимо уточнить структуры предоставляемых услуг согласно запросу покупателей. Кроме того, управление качеством услуг начинается до заключения договора купли-продажи между сторонами.

Кроме выше рассмотренных свойств, бизнес-услуги являются несохраняемыми, что компаниям придется удостовериться в их доступности после приобретения. Исходя из этого, процесс предоставления услуг включает в себя систему взаимодействия между поставщиками и потребителями бизнес-услуги, что является важным элементом процесса создания нематериальных благ.

⁵ Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В., Шнякина Ю.Р. Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Ю.Р.Шнякина и др.; под ред. проф. Л. И. Ерохиной. – М.: Изд-во «Форум», 2010. –С.123.

Так как покупателями бизнес-услуг являются компании, занимающиеся различными видами деятельности и находящимися в разных этапах своего развития, они проявляют различные требования к качеству приобретаемых услуг по сравнению с населением. Таким образом, предприятиям, предоставляющим такие виды услуг необходимо определить подходящий перечень предоставляемых услуг каждому клиенту и скорректировать его качество, чтобы соответствовать их ожиданиям.

Именно бизнес-услуги обеспечивают способность функциональных производственно-коммерческих систем к саморегулированию, саморазвитию и самообеспечению. Динамика и характер эволюции сферы профессионального обслуживания напрямую зависят от достижений научно-технического прогресса. С повышением наукоемкости многих видов бизнес-услуг растут и требования к образовательному уровню рабочей силы. То есть бизнес-услуги оказывают непосредственное влияние не только на совершенствование воспроизводственных процессов, но и на культурное развитие общества в целом.

Многоплановое воздействие на рынок бизнес-услуг оказывает современная научно-техническая революция. На основе компьютеризации, информационных технологий, новых средств коммуникаций возник и стремительно утвердился на рынках целый спектр новых услуг, радикально обновляются их традиционные виды, улучшаются качественные показатели новых видов бизнес-услуг.

На протяжении последних десятилетий, производители постепенно увеличили наименование предлагаемых товаров на рынке с предоставлением широкого спектра услуг как новое явление производственного процесса, который называется сервисизацией производства.

Изменения, которые происходят в структуре предлагаемых бизнес-услуг связаны с некоторыми значительными экономическими и социальными сдвигами в обществе. Ключевым фактором этих сдвигов является технология. В то время как многие бизнес-услуги традиционно были трудоемкими, в будущем они будут зависеть от технологии или, по крайней мере, будут технологически ориентированными. Явным примером здесь является строительство с внедрением информационных моделей городостроения.

Например, многие передовые предприятия производящие оборудование для строительства, такие как Катерпиллар (Caterpillar), Коматсу (Komatsu) и Вольво (Volvo) используют технологию отслеживания и контроля перемещения продукции для мониторинга местоположения активов, что позволяет определить своевременность предоставления услуги по техническому обслуживанию оборудования для улучшения эффективности совершаемых сделок.

Сегодня диапазон доступности данных привел к так называемому явлению как «Большие данные», что значительно расширяет объем, разновидность, и скорость передачи данных. Использование сенсорных технологий и технологий дистанционного управления открыло новые возможности для обслуживающих предприятий относительно внедрения инновации и повышения производительности труда на предприятиях. Например, внедрение компьютерной системы заказов в ресторанах, где официанты используют ручные устройства для передачи заказов непосредственно персоналу кухни или онлайн-услуги регистрации пассажиров воздушным транспортом с использованием мобильных телефонов намного экономит время и улучшает качество предоставляемых услуг. Эти нововведения, основанные на развитии технологии, повышает эффективность бизнес процессов и производительность деятельности предприятий, однако, для

повышения эффекта внедрения таких нововведений, поставщикам бизнес-услуг необходимо принять соответствующие меры по их поддержке.

Важным аспектом использования новых технологий в предоставлении бизнес-услуг является регулярное повышение квалификации рабочей силы, так как для их использования появляется потребность для работников, имеющих соответствующие навыки и уровень образования. Многие работники среднего карьерного роста в сфере бизнес-услуг могут сталкиваться с трудностями из-за темпов развития технологий. В связи с этим, предприятиям необходимо обратить внимание на развитие навыков работников на протяжении всей жизни. Это особенно важно для таких видов бизнес-услуг, характеризующихся низким уровнем качества рабочих мест и низким уровнем квалификации.

Наряду с технологиями на спектр предоставляемых бизнес-услуг влияет изменение экономической и политической среды функционирования предприятий.

Концепция бизнес-услуг охватывает широкий спектр услуг, которые в основном торгуются в форме бизнес-бизнес (B2B) сделок. Согласно этому определению поставщики бизнес-услуг во многих случаях предоставляют такие виды деятельности, которых клиенты сами в состоянии производить их внутри предприятия. В любом производственном процессе имеют место элементы бизнес-услуг, в частности, функциональные услуги составляют основу любого производственного процесса. Такие функциональные услуги могут быть предоставлены сотрудниками самой фирмы за определенную плату или они могут быть куплены от внешних поставщиков. В последнем случае, речь идет о бизнес-услугах, как самостоятельной отрасли сферы услуг. Бизнес-услуги делятся на две категории: наукоемкие бизнес-услуги и операционные бизнес-услуги, которые приведены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Место бизнес-услуг в структуре производственных услуг

Источник: составлено автором на основе: Henk L.M., Luis R. Analyzing the Contribution of Business Services to European Economic Growth. Bruges European/ L.M.Henk, R.Luis // Economic Research Papers. 2017-P.6.

Если говорить об основном отличии бизнес-услуг от потребительских услуг, то оно проявляется в сегменте потенциальных покупателей услуг. Например, потребительские услуги охватывают предоставление таких видов услуг как медицинские услуги, развлекательные услуги, потребляемые, как правило, отдельными лицами.

Производственные услуги в отличие от потребительских, используются в качестве промежуточных ресурсов со стороны других фирм в

производственном процессе. Здесь проявляется значительное отличие относительно поведения предприятий на рынке, использование производственной технологии и разработки бизнес-стратегии для предприятия сферы услуг. Среди них особое место занимают сетевые услуги, организация производства которого не всегда возможно внутри предприятия. К таким услугам относятся сетевая дистрибуция, телекоммуникационные услуги, поставка электроэнергии и др. В то время как стандартные, также оперативные бизнес-услуги (например, услуги в сфере безопасности, промышленная чистка, бухучет и т.д.) имеют более узкую специализацию для выполнения конкретных функций.

Среди российских исследователей наиболее часто используемое терминологическим понятием, раскрывающее сущность и содержание бизнес-услуги, выступает «деловые услуги». Хотя термин «деловые услуги» как и бизнес-услуги, пока недостаточно обоснован и аргументирован. Исходя из этого, исследователи часто дискусируют относительно критерий и принципов отнесения определенных услуг к бизнес-услугам. Как справедливо отмечает Песоцкая Е.В. «... теория и практика также не имеют однозначного подхода к определению понятия и формам классификации деловых услуг».⁶

«Деловые услуги – это набор экономических отношений между производителем данной услуги и ее потребителем по поводу определенного производства какого-либо экономического блага в нематериальной форме, необходимого для удовлетворения материальных и нематериальных потребностей заказчика по обеспечению функционирования организации или бизнеса в целом, а также для развития эффективности деятельности»⁷.

«Деловая услуга это особый, специфический товар, который представляет собой определенный алгоритм процессов функционального взаимодействия производителя и потребителя данных услуг по факту удовлетворения

⁶ Песоцкая Е.В. Рынок услуг управленческого консалтинга: структурная диагностика / Е.В. Песоцкая, А.М. Муравьев // Экономическое возрождение России. - Санкт-Петербург: 2006. - № 3. – С. 57.

⁷ Тюкавкин Н.М. Услуги делового характера сервисных организаций / Н.М.Тюкавкин, Н.В.Надеин // Вестник Самарского государственного университета. - Самара: Самарский университет, 2015. - № 5 (127). –С.117.

фундаментальной общественной потребности, которая существует и имеет свою потребительную и меновую стоимость, рост которой, при других равноценных условиях, обеспечивается определенным персоналом, имеющим и владеющим предметными знаниями и навыками».⁸

В данном определении учтено важное свойство деловых услуг как создание прибыли или возрастание прибыли. Экономические отношения, которые возникают между заказчиком и потребителем в нематериальной форме, связаны с удовлетворением потребностей организаций и предприятий для развития или расширения своего бизнеса. Исходя из этого, деловые услуги относятся к частному, деловому сектору экономики.

Отличительная особенность данного определения по сравнению с другими определениями заключается в том, что в нем основным критерием предназначения деловых услуг является их роль в увеличении капитала, по которым можно выделить бизнес-услуги от других видов услуг.

По мнению Николайчука В. «деловые услуги, это целенаправленная предпринимательская деятельность по оптимизации и рационализации процессов, протекающих в сферах производства, распределения, обращения, производственного потребления и социального управления»⁹.

По мнению Оганисяна Н.А. «деловые услуги - это услуги, предоставляемые одной стороной другой с целью повышения конкурентоспособности последней или эффективного продвижения профессиональной деятельности»¹⁰.

Тюкавкин Н.М. предлагает следующее определение деловых услуг. «Деловые услуги – это особый вид профессиональной деятельности, которая направлена на удовлетворение специфических потребностей определенных потребителей (как юридических, так и физических лиц), возникающих при

⁸ Тюкавкин Н.М. Анализ основных тенденций формирования и развития сферы деловых услуг / Н.М.Тюкавкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – Новосибирск: ООО "Капитал" , 2016. – №6. –С.82.

⁹ Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг / В.Е. Николайчук // «Деловой сервис».– СПб.: Питер, 2002. – С.48.

¹⁰ Оганисян Н.А. Возникновение деловых услуг / Н.А.Оганисян // Гуманитарные и социальные науки. - Ростов-на-Дону: «Южный федеральный университет», 2012. - № 3. –С. 2.

осуществлении предпринимательской деятельности, в целях повышения прибыли своих компаний»¹¹.

В отличие от других определений, в определении Тюкавкина Н.М. под потребителями бизнес-услуг подразумеваются не только предприятия и организации, но и физические лица или частные предприниматели. Хотя основной акцент в данном определении сделан на понятие «предпринимательская деятельность».

Кроме понятия «деловые услуги» в проведенных исследованиях также широко используется понятие «услуги делового характера», который частично раскрывает сущность бизнес-услуги.

По мнению Тюкавкина Н.М. и Надеина Н.В. услуги делового характера «как набор экономических отношений между производителем данной услуги и ее потребителем по поводу определенного производства какого-либо экономического блага в нематериальной форме, необходимого для удовлетворения материальных и нематериальных потребностей заказчика по обеспечению функционирования организации или бизнеса в целом, а также для развития эффективности деятельности»¹².

Услуги делового характера, как и бизнес-услуги, удовлетворяют потребности клиента в развитии его бизнеса и создании прибыли. Сараев А.Л. и Сараев Л.А. считают, что можно исходить из того, что услуги делового характера предназначены для накопления капитала и относятся к частному сектору экономики.¹³ Позиции других авторов относительно трактовки понятия «бизнес-услуги» приведены в таблице 1.1.

¹¹ Тюкавкин Н.М. Анализ основных тенденций формирования и развития сферы деловых услуг / Н.М. Тюкавкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – Новосибирск: ООО "Капитал", 2016. – №6. – С. 83.

¹² Тюкавкин Н.М. Услуги делового характера сервисных организаций / Н.М.Тюкавкин, Н.В.Надеин // Вестник Самарского государственного университета. - Самара: «Самарский университет», 2015. - № 5 (127). – С. 117.

¹³ Сараев А.Л. К расчету эффективной равновесной цены неоднородно распределенного конкурентного рынка / А.Л.Сараев, Л.А.Сараев // Вестник Самарского государственного университета. Самара: Самарский университет, 2011. - № 10 (91). – С. 130.

Подходы к трактовке понятия «бизнес-услуги»*

АВТОРЫ	ОПРЕДЕЛЕНИЯ	ИСТОЧНИК
Николайчук В.Е.	Деловые (профессиональные) услуги – это услуги, которые оказываются предприятиям, организациям, учреждениям и другим хозяйственно-управленческим структурам, а также отдельным физическим лицам, способствуя их профессиональной деятельности или получению прибыли.	Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис.– СПб.: Питер, 2002. -С.47
Перри У.	Фирма поставляет (оказывает) профессиональные услуги, обеспечивая решение проблем клиента, при этом: это решение требует работы, которая может быть выполнена специалистами, прошедшим специальную подготовку; фирма получает либо плату, либо комиссионные; главной задачей менеджера является набор людей с особым профессиональным опытом или тех, кто может быть к этому подготовлен, и затем ему может быть дано задание выполнить работу для клиента.	Parry W. How to buy/sell professional services //Harvard Business Review, March/April, 1996, pp. 16
Кашин В.К.	Деловые услуги - виды деятельности, создающие необходимые условия для качественного и эффективного функционирования обслуживаемых сфер народного хозяйства (материальных и нематериальных) и способствующие формированию и тесному взаимодействию всех элементов инфраструктурного комплекса.	Кашин В.К. Международный консалтинг : – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. – 82 с.
Майорова С.В.	Деловая услуга это специфический товар, представляющий собой последовательность процессов взаимодействия поставщика и потребителя услуги по поводу удовлетворения фундаментальной потребности, существующей и имеющей потребительную стоимость, рост которой, при прочих равных условиях, обеспечивается специалистами, владеющими определенными знаниями.	Майорова С.В. Партнерский подход к развитию предприятий сферы деловых услуг. Автореф. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. Тольятти: Поволжский государственный университет сервиса, 2011.
Самсонова А.С.	Услуги, направленные на формирование, управление и/или повышение эффективности использования разнообразных видов капитала предприятия, а также на обеспечение эффективного взаимодействия предприятия со своей внешней средой, и призванные обеспечить достижение целей фирмы.	Самсонова А.С. Место технического сервиса в системе бизнес-услуг // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право», -М. «ООО Научные технологии» № 4-2012. – С.379
Тюкавкин Н.	..как набор экономических отношений между производителем данной услуги и ее потребителем по поводу определенного производства какого-либо экономического блага в нематериальной форме, необходимого для удовлетворения материальных и нематериальных потребностей заказчика по обеспечению функционирования организации или бизнеса в целом, а также для развития эффективности деятельности	Тюкавкин Н.М. Анализ основных тенденций формирования и развития сферы деловых услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. Новосибирск ООО "Капитал" – 2016. – №6. – С. 82.

Источник: Составлено автором на основе вышеприведенных источников.

В большинстве существующих исследований отечественных и зарубежных исследователей сектор бизнес-услуг не исследуется как комплексная система. Существующие исследования, в основном, ограничиваются в рамках конкретных видов или подвидов бизнес-услуг или

конкретных аспектов развития рынка деловых услуг. Например, консалтинговым услугам посвящены исследования Посадского А.П., Кудинова А., Макхэма К., Шаркова Ф.И. и т.д., аутсорсинговым услугам посвящены работы Аникиной Б.А. и Рудая И.Л. Основные научные работы Оганнисяна Н.А. посвящены исследованию вопросов возникновения деловых услуг.

Среди ученых Республики Таджикистан вопросы формирования и развития отдельных сегментов рынка бизнес-услуг рассмотрены в работах Факерова Х.Н., Раджабова Р.К., Ходжаева П. Саидовой М., Рахимзода Б.К., Мирсаидова А.Б., Аминова С.Н., Усмановой Т.Дж., Рахимова Г.М., Шарипова М.М., Низамовой Т.Д., Курбонова А.Р., и др.

В частности, в научных трудах Факерова Х.Н. более подробно описываются такие виды бизнес-услуг как информационные услуги, посреднические услуги, маркетинговые услуги, услуги в сфере рекламы и публич релейшнз, и др.¹⁴ Особенно, положительно оценивая роль названных бизнес-услуг в продвижение потребительских товаров, Факеров Х.Н. отмечает, что «сегодня, в условиях многократного увеличения числа фирм и организаций, предлагающих свои товары и услуги на потребительском рынке и неподдающегося количественному измерению разнообразия вкусов и потребностей потребителей, которые в перспективе окажут на рынок еще больше воздействие, только на пути использования таких комплексных систем как «публич релейшнз», становится возможным укрепление позиции производственно-коммерческих единиц, как на внутренних так и на мировых рынках».¹⁵

В научных трудах Мирсаидова А.Б. более подробно описываются инновационные аспекты некоторых видов бизнес-услуг. В его исследованиях посвященных механизму формирования и развития региональных промышленных систем в Республике Таджикистан, частично рассматривается место поставщиков бизнес-услуг в структуре региональных промышленных

¹⁴ Факеров Х.Н. Потребительский рынок: состояние и перспективы. Монография. –Душанбе: «Ирфон», 2019. –С. 122.

¹⁵ Там же. - С.160.

систем. По его мнению: «более 50% роста экономики достигается за счет интенсификации видов деятельности в области инновации»¹⁶.

Аминов С.Н., исследуя содержание и виды услуг, выделяет транзакционные бизнес-услуги. В качестве таких услуг он выделяет услуги агентств по недвижимости, финансовые, юридические услуги, консультирование, оптовую и розничную торговлю и др.¹⁷

В работах Усмановой Т. Дж. особое место занимает исследование лизинговых услуг. Положительно оценивая роль таких услуг в деятельности субъектов хозяйствования, она отмечает, что приобретение лизинговых услуг от сторонних организаций «дает возможность оперативного управления финансовыми ресурсами и корректировки производственных планов для предприятий»¹⁸.

Вопросы формирования и развития рынка аутсорсинговых услуг рассмотрены в работах Рахимова Г.М. По его мнению, под «аутсорсингом понимают делегирование на договорной основе вспомогательных функций компании сторонними исполнителями, которые располагают соответствующими сведениями и знаниями»¹⁹.

Важность таких видов бизнес-услуг как лизинговые услуги, рекламные, маркетинговые, аудиторские услуги в формировании инфраструктуры рынка рассмотрены в работах Раджабова К.Р. и Шарипова М.М. По их мнению: «создание сетей бизнес-структур, специализированных компаний, выполняющих исследовательские, брокерские, рекламные, консультационные,

¹⁶ Мирсаидов А.Б. Механизмы формирования и развития инновационных региональных промышленных систем в Республике Таджикистан / А.Б.Мирсаидов, О.К.Муртазоев // Монография. – Душанбе: «Шарки озод», 2020. – С.53.

¹⁷ Аминов С.Н. Сфера услуг как объект исследования: содержание и виды услуг / С.Н.Аминов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал) Серия: Экономика. – Душанбе: Сино, 2016. - №2/4(204) – С.68.

¹⁸ Усманова Т.Дж. Формирование и развитие лизинговых отношений: проблемы и перспективы / Т.Дж. Усманова, Ф.Ф. Одинаев // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал) Серия: Экономика.- Душанбе: Сино, 2014. – №2/10(152). – С.22.

¹⁹ Рахимов Г.М. Аутсорсинговые услуги: понятие, сущность и их значение / Г.М. Рахимов, М. Х. Максадов // Вестник таджикского государственного университета коммерции. – Душанбе: 2020. - № 1 (30). – С. 46.

маркетинговые и аудиторские функции играют важную роль в формировании инфраструктуры рынка»²⁰.

Вопросы подготовки высококвалифицированных кадров в сфере оказания бизнес-услуг и роль бизнес-инкубаторов в обучении начинающих предпринимателей, повышение их правовой, финансовой и налоговой информированности рассмотрены в работах Низамовой Т.Д. По ее мнению, «для дальнейшего развития экономики Таджикистана необходимо усилить подготовку высококвалифицированных специалистов, маркетологов, финансистов, аудиторов, юристов в области предпринимательского права, которые будут способны работать в условиях быстроменяющихся внешних условий хозяйствования и запросов рынка»²¹.

В работах Курбонова А.Р. рассматриваются отдельные аспекты оказания представительских услуг как важный сегмент рынка бизнес-услуг. По его мнению: «В современных условиях предприятия и организации стараются снизить свои издержки и полностью сконцентрироваться на свою основную деятельность посредством приобретения бухгалтерских услуг, услуг в сфере налогообложения, делопроизводства, юридических услуг и др. услуг от представительских предприятий»²².

В экономической литературе бизнес-услуги также рассматриваются как «виды деятельности, осуществляющие макро- и микроэкономическое регулирование и поддержание оптимальных пропорций экономики, занятые

²⁰ Раджабов Р.К. Роль частного сектора в производственной сфере и пути повышения конкурентоспособности национальной экономики / Р.К.Раджабов, М.М.Шарипов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук. – Душанбе: Сино, 2016. - №2/8 (218). – С. 12.

²¹ Низамова Т.Д. Некоторые теоретические и практические вопросы подготовки специалистов рыночной экономики в Республике Таджикистан / Т.Д.Низамова // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук – Душанбе: Сино, 2016. - №2/8 (218). – С. 21.

²² Курбонов А.Р., Самадов И.Г. Проблемы и преимущества внедрения представительских услуг в современной экономике Республики Таджикистан / А.Р.Курбонов, И.Г.Самадов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук. №2/8 (218). – Душанбе: Сино, 2016. – С.33.

обслуживанием основного и инфраструктурного производства, государственного управления»²³.

Хотя данное определение шире раскрывает некоторые свойства бизнес-услуг, однако осуществление макроэкономического регулирования и поддержание определенных пропорций экономики, прежде всего, относятся к государственным функциям экономического регулирования и не все виды бизнес-услуг способны на такое регулирование или стабилизацию состояния занятости в определенных отраслях или экономики страны в целом.

Процесс оказания бизнес-услуг подразумевает «деятельность, направленная на удовлетворение профессиональных запросов в сфере обслуживания процесса общественного воспроизводства». Деловая услуга как экономическая категория отражает экономические отношения между производителем услуги и ее заказчиком по поводу производства экономического блага в нематериальной форме; услуга удовлетворяет производственные потребности заказчика в повышении эффективности его деятельности».²⁴

«Бизнес-услуги развиваются на стыке компьютеризации, информационных технологий и новых средств коммуникаций, поэтому развитие сегмента услуг делового характера может служить индикатором зрелости индустриальной экономики, ее готовности трансформироваться в формат постиндустриального развития»²⁵.

Часто к понятиям бизнес-услуг, особенно знаниеемких бизнес-услуг отождествляют понятие интеллектуальных услуг.

Наряду с понятием бизнес-услуг в экономических литературах иногда также идентифицируется понятие «интеллектуальные услуги». Однако хотя некоторые виды бизнес-услуг как консалтинговые, исследовательские

²³ Пушина Е.Г., Иваничкин И.Д., Загвоздкин А.В. Консалтинговый процесс в системе менеджмента современной организации. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vtk64.ru/wp-content/uploads/2015/03/Pushina_E.G._Ivanichkin_I.D._Zagvozdkin_A.V._Konsaltingovyy_protsess_v_sisteme_menedzhmenta_sovremennoy_organizatsii.pdf (Дата обращения – 05.05.2017)

²⁴ Зорин М. Логистика в составе клиентоориентированного сервиса деловых услуг / М. Зорин // «Логистика». – М.: Агентство Маркет Гайд, 2012. - №12. – С.53.

²⁵ Там же. - С.54.

относятся и к интеллектуальным услугам, наряду с этим некоторые услуги которые требуют высокого интеллекта поставщика услуг могут быть предназначены не для определенных предприятий и организаций, а для населения, что характерно для потребительских услуг. Также существуют другие виды бизнес-услуг, такие как услуги делового характера, поскольку они значительно шире и масштабнее сами по себе демонстрируют свою состоятельность в современной экономике.

По мнению Котоминой О.В.: интеллектуальные услуги – «это специфическая сфера новой экономики, которая, благодаря генерированию и распространению опыта и знаний способствует более динамичному и инновационному развитию компаний, городов, регионов, стран»²⁶.

Котомина О.В. рассматривает оба эти определения как синонимы. Так как в качестве потребителей и производителей интеллектуальных и знаниеемких бизнес-услуг выступают предприятия и организации.

В то же время необходимо отметить, что российские исследователи Дорошенко М., Майлс Й., и Виноградов Д. разграничивают понятие «бизнес-услуг» и «деловые услуги». Под бизнес-услугами они понимают услуги «оказываемые предприятиями и иными организациями в рамках их профильной деятельности», а под понятием деловых услуг – услуги «предоставляемые преимущественно для поддержания производственной деятельности заказчиков и редко востребованные физическими лицами»²⁷.

Независимо от того, что в конце XX века отделились интеллектуальные услуги от других видов услуг по развитию инновационных систем, данное терминологическое понятие также остается малоизученным. В работах

²⁶ Котомина О.В. Межрегиональный обмен интеллектуальными деловыми услугами в России / О.В.Котомина // Известия РАН серия географическая. – М.: Российская академия наук, 2015. – № 5. – С. 28.

²⁷ Дорошенко М. Интеллектуальные деловые услуги: российский опыт / М. Дорошенко, Й. Майлс, Д. Виноградов // Форсайт. – М.: Высшая школа экономики т. 8., 2014. - № 4. –С. 26.

Муллера Е. и Долоруехс Д. закономерности и особенности данного понятия изучаются на региональных уровнях²⁸.

Часто в экономической литературе дискусируется содержание данного понятия в зависимости от степени знаниеёмкости таких услуг или интеллектуальный характер их предоставления.

Специфика знаниеёмкости бизнес-услуг заключается в том, что они направлены на удовлетворение специфических потребностей клиента, которые требуют особых знаний и навыков. Поставщики знаниеёмких бизнес-услуг обладают огромной научно-технической информацией, длительного опыта в сфере создания инновационных услуг и высокого уровня интуитивного знания клиента.

Интеллектуальные бизнес-услуги являются менее ресурсоемкими, требуют только наличия человеческого капитала и отличаются высоким уровнем добавленной стоимости²⁹.

Качество предоставления таких услуг зависит от высокого уровня профессионализма и уровня образования поставщика услуг.³⁰

Как другие виды услуги при предоставлении интеллектуальных бизнес-услуг, требуется не только активное участие клиента, но и его знание и навыки, необходимые для управления процесса создания качества интеллектуальных услуг.

При предоставлении интеллектуальных бизнес-услуг клиент является основным источником кодифицированного и интуитивного знания. Он обладает необходимой информацией проекта и его значимости для фирмы.

«Интеллектуальные бизнес-услуги основаны на профессиональных знаниях, отличаются исключительно высоким уровнем добавленной стоимости,

²⁸ Muller E. The key dimensions of knowledge intensive business services (KIBS) analysis: a decade of evolution / E. Muller, D. Doloreux // Institute systems and innovation research. Working Papers. Firms and Region. – Karlsruhe: 2007. – №1. – P.14.

²⁹ Садофьев А.А. Интеллектуальные услуги как инструмент воспроизводства человеческого капитала в условиях «экономики знаний» / А.А.Садофьев // Вестник Адыгейского государственного университета. – Адыгея: Научное издание ФГБОУ АГУ, 2016. – №4 (190). – С.44.

³⁰ Aslesen H.I. Knowledge intensive business services and urban industrial development / H.I.Aslesen, A.Isaksen // The Service Industries Journal. Norway: 2007. – Vol. 27. – №3. – P. 322.

требуют активного участия потребителей в процессе производства услуг; существенно повышают конкурентоспособность заказчиков»³¹.

Хотя бизнес-услуги в основном предоставляются в форме «B2B» «бизнес для бизнеса» есть многие виды бизнес-услуг, преимуществом которых также пользуются государство и население. Например, юридические услуги, услуги по разработке проектов являются важным видом бизнес-услуг, от которого широкое преимущество получают не только предприятия и организации, но и государство и население. Хотя часто и государство и население сами способны обеспечить себя юридическими и другими видами бизнес-услуг, развитие специализации в сфере бизнес-услуг намного совершенствовал качество таких услуг, которого поставщики бизнес-услуг лучше предоставляют их по сравнению с государством или населением. Или развитие аутсорсинга в последнее время снизил качество таких услуг, что приобретение их за рубежом приходится намного дешевле, чем расходы государства или населения для создания условий их приобретения в рамках своей деятельности. Исходя из этого, по нашему мнению, для сосредоточения своих усилий в основной вид деятельности любому потребителю бизнес-услуг, будь это предприятие, государство или население предпочтительнее получать такие услуги от специализирующихся предприятий и организаций.

Спрос на бизнес-услуги появляется по мере развития различных сфер экономики в том или ином государстве. Пушина Е.Г. и другие авторы различают следующие основные функции бизнес-услуг: «– формирование компонентов системы управления (цели, функций, кадры, структура, информация, техника, решения; осуществление текущего обслуживания процессов управления; оказание услуг по управленческому консультированию и внедрению управленческих нововведений»³².

³¹ Котомина О.В. Межрегиональный обмен интеллектуальными деловыми услугами в России / О.В.Котомина // Известия РАН серия географическая. – М.: Российская академия наук, 2015. - № 5. – С. 29.

³² Пушина Е.Г., Иваничкин И.Д., Загвоздкин А.В. Консалтинговый процесс в системе менеджмента современной организации / Е.Г.Пушина, И.Д.Иваничкин, А.В.Загвоздкин // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vtk64.ru/wp-content/uploads/2015/03/ Pushina_E.G._Ivanichkin_I.D.____

На основании приведенных определений и свойств бизнес-услуг, нами предлагается следующее авторское определение понятия бизнес-услуги. «Бизнес-услуги – это набор не вещественных видов экономической деятельности, основанный на знаниях и опыте, оказываемый предприятиями и организациями на основе активного взаимодействия поставщика и потребителя услуг, и используемый как промежуточный ресурс для создания дополнительных ценностей (стоимости), которые в итоге влияют на качество и эффективность производственной деятельности не только клиента, но и на степень удовлетворенности конечных потребителей».

По нашему мнению, предложенное определение бизнес-услуги охватывает более широкие свойства услуги между предприятиями и организациями извлекающие из общей характеристики, как самой услуги, так и бизнес-услуг. Оно раскрывает заказанные и завершенные виды деятельности в форме окончательного результата, конечной целью предоставления которых является удовлетворение запросов не только предприятий и организаций, но и их клиентов, которые в итоге получают значительную пользу от приобретения услуг. Кроме того, с точки зрения экономической науки одним из ключевых особенностей удовлетворения потребностей предприятий и организаций на услуги извне связано с наличием знания, опыта и навыков работников, оказываемые эти услуги, что отражает знаниеемкий характер таких услуг, которые учтены в предложенном определении. Данное нами определение бизнес-услуг объединяет как технологические, так и операционные виды бизнес-услуг. По нашему мнению эти важнейшие экономические свойства не находят отражение в других определениях услуг, которые выделяют его сущность.

Таким образом, бизнес-услуги являются обязательным условием функционирования рыночной экономики, а их отсутствие является индикатором отсутствия самих рыночных отношений. Выступая как важная

часть сектора услуг, бизнес-услуги способствуют развитию промышленности и других отраслей экономики страны и а также степени внедрения инновации в сфере услуг. Важность бизнес-услуг проявляется как в росте доли самой отрасли в сфере услуг в структуре ВВП, так и в развитии интеграции производственного сектора экономики с третичным сектором. Развитие сектора бизнес-услуг, который, в основном, осуществляется посредством внедрения новейших технологий и результатов научно-исследовательских разработок способствует экономической стабилизации, формированию национальной инновационной системы, а также повышению конкурентоспособности отечественных предприятий и организаций.

Независимо от того, что бизнес-услуги, в основном, предоставляются в рамках предприятий и организаций, они играют важную роль в социально-экономическом развитии страны, так как основы экономического роста и социальной удовлетворенности населения базируется на качество бизнес-услуг.

1.2. Подходы и методы классификации бизнес-услуг в условиях рыночной экономики

В последние годы в зависимости от повышения роли и значения бизнес-услуг в развитии экономики и расширения спектра таких услуг по мере развития информационно-коммуникационных технологий повышается интерес ученых и исследователей по систематизации его видов и разработки новых классификаций таких услуг. Однако, многообразие форм и видов бизнес-услуг, а также регулярное совершенствование новых видов бизнес-услуг не позволяет разработать единственную классификацию, которая бы охватила все услуги. Классификация осуществляется на основе деления видов услуг по соответствующим признакам. Разработка общепринятой классификации бизнес-услуг позволяет не только группировать каждую под отрасль сектора бизнес-услуг на основе их специфических особенностей и экономической сущности, но позволит правильно оценивать закономерности формирования и

развития определенных видов бизнес-услуг с учетом совершенствования системы статистического учета таких услуг.

Несмотря на то, что в экономической литературе встречаются различные классификации бизнес-услуг, большинство из них не могут выражать все свойства услуг, оказываемые между предприятиями и организациями. Так как в условиях развития цифровой экономики и повышения роли знаниеемких бизнес-услуг в формировании экономики знания, появляются новые виды услуг и исчезают невостребованные. В этих условиях существующие классификации бизнес-услуг не отвечают требованиям современной экономики, что актуализирует вопросы разработки новых видов услуг, которые раскрывают более широкие виды деятельности между организациями и предприятиями.

В экономической литературе многие ученые и международные организации разрабатывали классификацию услуг по различным критериям. К таким классификациям относятся классификации Д. Белла, К. Лавлоку, Международная стандартная отраслевая классификация, классификация услуг, принятой МВФ, Временный Единый Классификатор Продукта Организации Объединенных Наций и др. Однако, относительно классификации бизнес-услуг было уделено меньше внимания. В большинстве имеющихся классификаций основными критериями группировки услуг является способ предоставления их поставщикам, а не покупателям.

Поэтому использование имеющихся классификаций бизнес-услуг не позволяет оценивать качество закупаемых услуг профессиональными покупателями.

Таким образом, из-за неоднородности видов услуг как экономическая категория, считаем целесообразным определить охват содержания понятия «бизнес-услуги». В экономической литературе наиболее часто цитируемыми классификациями бизнес-услуг являются классификация Института управления поставками и школы бизнеса В. П. Карей в Университете штата Аризона в рамках исследования цепочки поставок и закупок, а также классификация Винстры, Аксельсона и др.

Винстра Ф. и др. предлагают классификацию, состоящую из четырех различных видов бизнес-услуг:³³

- компонентные услуги – это довольно неизменяемая часть приобретаемых услуг, которую бизнес-клиенты предоставляют конечному потребителю;
- полуобработанные услуги - это такие виды услуг, которые после изменения их структуры со стороны бизнес-клиентов предлагаются конечному потребителю;
- инструментальные услуги - это услуги, которые используются как средство или инструмент, покупаемые предприятием для производства собственной продукции или оказываемых услуг;
- потребляемые услуги - это такие виды бизнес-услуг, которые полностью используются покупаемым предприятием и не являются частью предлагаемых услуг конечному потребителю.

Данная классификация услуг имеет много преимуществ для оценки B2B сделок. Во-первых, это классификация является наиболее независимой от подотраслевых характеристик бизнес-услуг и позволяет предприятиям лучше управлять качеством предоставляемых услуг. Например, услуги по сохранению здания и сооружения могут быть отнесены, как к категории потребляемых услуг для производственных предприятий, так и к компонентным услугам для агентств недвижимости и риэлтерских компаний.

Таким образом, предприятия и организации могут принимать различные методы управления качеством бизнес-услуг для одних и тех же видов услуг. Кроме того, применение данной классификации на практике позволяет предприятиям и организациям предоставлять информацию о предлагаемых бизнес-услугах своим клиентам, даже если они не разрабатывали общую схему управления качеством услуг для полного спектра предоставляемых услуг.

³³ Wynstra F. An application-based classification to understand buyer-supplier interaction in business services / F.Wynstra, W.Van der Valk. // International Journal of Service Industry Management. – Eindhoven: 2006. -Vol. 17, - № 5.– P.480.

Широкий охват сектора услуг делает трудным выделить все виды бизнес-услуги из широкого спектра предлагаемых услуг. В экономической литературе, также выделяются две категории частных услуг, такие как профессиональные услуги (или бизнес-услуги) и персональные услуги.

По классификации Винстры Ф., бизнес-услуги включают в себя компьютерные, профессиональные услуги (юридические, бухгалтерские, маркетинговые, технические, инженерно-архитектурные, рекламные и консультирование), исследования и разработки, а также другие услуги, такие как услуги агентств по трудоустройству работников и услуги колл-центров.

Североамериканская система отраслевой классификации выделяет следующие основные виды профессиональных услуг: информационные услуги (публикации, программное обеспечение, телекоммуникации и Интернет); финансовые и страховые; недвижимость; профессиональные, научные и технические услуги (бухгалтерский учет, юридические, консалтинговые и инжиниринг); управление компаниями и предприятиями, управленческие услуги и обработка отходов.

Необходимо отметить, что по мере развития экономики и науки, категория бизнес-услуг расширилась, эти услуги прошли определенные этапы своего жизненного цикла, что в итоге привело к разработке новых видов и исчезновению старых, а также совершенствованию структуры рынка бизнес-услуг посредством пополнения видов и подвидов бизнес-услуг по мере развития научно-технического прогресса и инновации.

Таким образом, бизнес-услуги в более широком виде сформировались после перехода страны в рыночные условия. Бизнес-услуги создают необходимые условия для функционирования целого комплекса экономики страны и способствуют развитию широких производственных и иных отношений между различными субъектами первичных, вторичных и третичных секторов экономики.

По мере формирования и развития рынка бизнес-услуг и видов бизнес-услуг можно различать первоначальные бизнес-услуги и современные виды

бизнес-услуг. Например, бухгалтерские услуги и консультационные услуги возникли еще в древности. Как справедливо отмечает Оганисян Н.А., в древние времена общество прибегало к консультационной помощи, бухгалтерские и аудиторские услуги появились в XIX веке, хотя другие услуги, как аутсорсинг является явлением XX века.

Международная теория и практика не имеют единого подхода к определению и классификации бизнес-услуг. В классификации ВТО особо выделена перечень услуг, именуемая как бизнес-услуги. В литературных источниках они часто именуются как деловые услуги. Согласно трактовке ВТО к бизнес-услугам обычно относятся услуги в форме B2B. Здесь в качестве субъектов процессов продажи и покупки выступают юридические лица³⁴.

Иностраный исследователь Аксельсон Б. классифицирует бизнес-услуги по следующим категориям³⁵:

- услуги в сфере информационных и коммуникационных технологий (услуги связанные с ИКТ, услуги по внедрению оборудования, техническое обслуживание, телекоммуникационные услуги);
- финансовые услуги (финансы, банковское дело и страхование);
- услуги по обслуживанию объекта (уборка, ресторанное обслуживание, охрана);
- услуги по организации бизнеса (управленческое консультирование, экологическое консультирование, управление рисками, бухгалтерский учет и аудит, юридические услуги);
- транспортные и распределительные услуги (складирование, транспортные услуги);
- научно-исследовательские и технические услуги (техническое обслуживание, ремонт и помощь, разработка и инжиниринг).

³⁴ Зорин М. Логистика в составе клиентоориентированного сервиса деловых услуг / М.Зорин // Логистика. – М.: Агентство Маркет Гайд, 2012. – №12. – С.55.

³⁵ Axelsson B. Companies buy services, don't they? / B.Axelsson // Proceedings 9th IPSERA Conference, Canada, 2000. – P.43.

В работах Червякова Л. М., Мальцевой А. А. выделяются 3 вида бизнес-услуг, такие как аренда, услуги для бизнеса, и услуги для развития бизнеса (табл. 1.2). В данной классификации в рамках бизнес-услуг объединяются также услуги, которые связаны с ведением бизнеса.

Таблица 1.2

Классификация бизнес-услуг

№ пп	Виды бизнес-услуг	Наименование подвидов бизнес-услуг
1.	Услуги аренды	– услуги аренды офисных помещений; – услуги аренды производственных помещений; – услуги аренды лабораторных помещений; – услуги аренды конференц-центра (переговорной); – услуги аренды высокотехнологического оборудования;
2.	Услуги для бизнеса	– информационные услуги; – офисные услуги; – административно-хозяйственные услуги; – ресурсообеспечение и логистика; – организационные услуги;
3.	Услуги для развития бизнеса	– услуги по поиску и привлечению инвестиций; – экспертиза инновационных решений; – консалтинговые услуги; – юридические услуги; – коучинг и менторство; – осуществление трансфера технологий; – услуги в области составления счетов, бухгалтерского учета и отчетности налогообложения; – финансовые услуги, включая услуги по финансовому посредничеству, и связанные с ним вспомогательные услуги; – услуги по найму рабочей силы и обеспечению персоналом (аутстаффинг)

Источник: Червяков Л. М., Мальцева А. А. Методологические подходы к оценке качества бизнес-услуг технопарковой структуры / Л.М. Червяков, А.А. Мальцева // Качество. Инновации. Образование. М. «Европейский центр по качеству», 2013, –№: 1 (92).–С.73.

Особой формой бизнес-услуг является знаниеемкие бизнес-услуги. Знаниеемкие бизнес-услуги – это специфическая форма бизнес-услуг, которая позволяет инновационное развитие потребителя бизнес-услуг благодаря генерированию и распространению опыта и знаний.

Знаниеемкие бизнес-услуги часто характеризуются как “интеллектуальные бизнес-услуги”. Однако с нашей точки зрения

интеллектуальные бизнес-услуги характерны для бизнес-услуг, которые требуют не только определенных навыков и умения от поставщика, но и требуют умственных и духовных способностей поставщика, для предоставления которых требуется высокоразвитый интеллект.

По мнению Котоминой О.В. «важная особенность знаниеемких бизнес-услуг состоит в высоком уровне их кастомизации, т.е. четкой спецификации потребностей клиента и оказании услуг, наилучшим образом удовлетворяющих эту потребность»³⁶.

Котомина О.В. различает 10 видов интеллектуальных бизнес-услуг таких как: «рекламные услуги, маркетинговые, аудиторские, IT-консалтинг, кадровый консалтинг, инжиниринговые услуги, финансовое посредничество, юридические услуги, услуги в области недвижимости и девелопмента и риэлтерские услуги, дизайнерские услуги»³⁷.

Песоцкая Е.В. и Муравьев А.М., отмечают, что бизнес-услуги имеют недостаточную структуризацию и в науке не имеется однозначный подход к классификации форм бизнес-услуг³⁸.

Николайчук Н.Е. по целевому принципу различает 31 видов бизнес-услуг, такие как производственные услуги, строительство, инжиниринг и надзор за строительством, транспортно-экспедиторские услуги, лизинг технических средств, риэлтерские услуги, торгово-посреднические услуги, информационно-вычислительные услуги, услуги связи, банковские услуги, страховые услуги, инвестиционные услуги, юридические услуги, консалтинг, маркетинговые услуги, рекламные услуги, публич рилейшнз, франчайзинг, коммерческие разработки и внедрение технических новшеств, предпродажные услуги, послепродажные услуги, бухгалтерские услуги, услуги в сфере повышения квалификации, медицинское обслуживание предприятий и организаций,

³⁶ Котомина О. В. Межрегиональный обмен интеллектуальными деловыми услугами в России / О.В. Котомина // Известия РАН серия географическая. – М.: Российская академия наук, 2015. - № 5. – С. 28.

³⁷ Там же. –С. 30.

³⁸ Песоцкая Е.В. Рынок услуг управленческого консалтинга: структурная диагностика / Е.В. Песоцкая, А.М. Муравьев // Экономическое возрождение России. - Санкт-Петербург: 2006. - № 3. – С.60.

офисные услуги, услуги по проведению корпоративной разведки и организации, контрразведки, услуги по разрешению конфликтов, услуги по найму рабочей силы и подбору кадров, проведение различного рода экспертиз, геология и разведка недр, услуги по организации переездов и прочие услуги³⁹.

Хотя на первый взгляд данная классификация кажется наиболее разветвленной, однако является слишком измельченной, так как многие виды указанных видов услуг можно объединить в одну группу. Например, банковские услуги, страховые услуги, инвестиционные услуги в целом предоставляют финансовые услуги, рекламные услуги и публик рилейшнз является частью маркетинговых услуг и т.д.

Кулибанова В.В. условно разделяет бизнес-услуги на две группы: деловые услуги и услуги делового сервиса. По его мнению: «деловая услуга предназначена для роста капитала клиента и повышения эффективности его деятельности. Услуги делового сервиса отражают определенные экономические отношения между контрагентами, которые необходимы для развития деятельности и увеличения капитала, как поставщика, так и потребителя услуг».⁴⁰

Сараев А.Л. и Сараев Л.А. выделяют четыре важные критерии, по которым можно проводить классификацию бизнес-услуг, таких как критерии целевого сегмента рынка потребления услуг, характера и объемов потребления бизнес-услуг, целевого предназначения бизнес-услуг и влияния бизнес-услуг на прибыль клиента и роста капитала его компании⁴¹.

На первый взгляд все услуги делятся на три категории.

1. Персональные услуги, которые предназначены для удовлетворения конкретных потребностей отдельных индивидов.

³⁹ Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг / В.Е. Николайчук // «Деловой сервис».— СПб.: Питер, 2002. – С.67.

⁴⁰ Кулибанова В.В. Маркетинг: сервис / под ред. А.Н. Азрилияна. СПб.: Питер, 2000.-С. 86.

⁴¹ Сараев А.Л. К оценке прибыли и затрат предприятий, модернизирующих структуру производства / А.Л.Сараев, Л.А.Сараев // Вестник Самарского государственного университета, 2013. - № 1 (102). - С. 186.

2. Общественные услуги, которые предназначены для удовлетворения потребностей общества или большой группы населения.

3. Бизнес-услуги, которые удовлетворяют потребности предприятий и организаций в определенных услугах.

В классификации ВТО/ ГАТС бизнес-услуги делятся на 6 групп (табл.1.3).

Таблица 1.3

Классификация бизнес-услуг в соответствие с ВТО/ ГАТС

КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ	ОПРЕДЕЛЕНИЕ	НАИМЕНОВАНИЕ
1. Профессиональные услуги	Профессиональная услуга — независимая услуга, оказываемая физическим лицом, осуществляющим профессиональную деятельность в конкретной области услуг в ответ на запросы организаций или отдельных клиентов (граждан).	– юридические; – аудиторские; – инженерные услуги; – услуги в области налогообложения; – архитектурные; – медицинские; – стоматологические; – ветеринарные и др.
2. Компьютерные и связанные с ними услуги	Компьютерные услуги, оказываемые с помощью компьютера, обслуживание компьютерной техники.	– услуги по применению программного обеспечения; – услуги по обработке данных; – услуги по обслуживанию и ремонту вычислительной техники.
3. Услуги в области исследований и разработок	Деятельность поставщиков услуг в сфере фундаментальных, прикладных и экспериментальных разработок.	– деятельность в сфере научных исследований и разработок; – экспериментальная или теоретическая деятельность; – исследования и разработки в области биотехнологии; – научные исследования и разработки в области нанотехнологий и др.
4. Услуги, связанные с недвижимым имуществом	Услуги в сфере покупки и продажи собственного недвижимого имущества.	– риэлтерские услуги; – услуги по оценке помещений и др.
5. Услуги по аренде/лизингу без операторов	Вид экономической деятельности по передаче собственности на временное владение и пользование за определенную плату.	– услуги по аренде судов; – аренда воздушных судов и других транспортных средств) и др.
6. Другие услуги, связанные с предпринимательской деятельностью	Вид деятельности, направленное на поддержку предпринимательской деятельности.	– консультационные услуги по вопросам управления; – услуги по исследованию рынка и выявлению общественного мнения; – услуги в области рекламы; – по подбору персонала; – полиграфические и издательские услуги и др.

Источник: Генеральное соглашение по торговле услугами (ТАТС/GATS). Марракеш, 1994. – С 44.

При разработке классификации форм бизнес-услуг также следует учесть характеристику ряда факторов, которая определяет особенности формирования и развития рынка бизнес-услуг. К таким факторам относятся ограниченность числа потенциальных клиентов бизнес-услуг, наличие высокого уровня профессионализма клиентов, территориальная поляризация производителей и потребителей бизнес-услуг, непосредственные отношения поставщика и потребителя услуги в ходе ее предоставления.

Игнатъева А.В. и Максимов М.М. дают классификацию бизнес-услуг по критериям направлений их развития. В частности они выделяют следующие виды бизнес-услуг: – аудит, бухгалтерское обслуживание, юридическое обслуживание, управленческое консультирование, деловая информация, реклама и отношения с общественностью, тренинг, рекрутмент и инвестиционное обслуживание⁴².

Зорин М. в качестве приоритетных видов бизнес-услуг выделяет инжиниринг, логистические услуги, IT-услуги, правовые услуги, финансовые услуги, консалтинговые, научно-исследовательские услуги, маркетинговые и рекламные услуги, PR, и услуги бизнес-образования, рекрутмент⁴³.

Хотя некоторые предприятия и организации сами могут обеспечить потребности внутреннего производства необходимыми бизнес-услугами, они предпочитают приобретение бизнес-услуг со стороны специализированных фирм, чтобы сократить расходы предприятия на содержание кадров, в которых предприятия нуждаются только на определенных этапах производственного цикла.

Мартин Х. различает две группы бизнес-услуг.

1. Профессиональные услуги, к которым относятся услуги в сфере проектирования, инжиниринг и архитектурные услуги.

⁴² Игнатъева А.В. Исследование систем управления. / А.В.Игнатъева, М.М.Максимов // – М.: Юнити, 2014. – С.123.

⁴³ Зорин М. Логистика в составе клиентоориентированного сервиса деловых услуг / М.Зорин // Логистика. – М.: «Агентство Маркет Гайд», 2012. – №12. – С.55.

2. Технические услуги (техническое обслуживание) такие как аренда офиса, набор кадров, трудоустройство, охрана промышленных объектов и промышленная уборка.⁴⁴

«Важным принципом классификации бизнес-услуг является принцип целевого назначения. Данный принцип определяет тип бизнес-услуг в сфере делового обслуживания».⁴⁵

Тюкавкин Н. М., обобщая существующие классификационные признаки бизнес-услуг, предлагает классификацию по критериям функционального предназначения бизнес-услуг, сегментации потребителей, места нахождения покупателя, степени квалификации персонала, степени стандартизации, по уровню новизны и инноваций предоставляемых услуг и по степени участия в международном обмене (табл.1.4).⁴⁶

Таблица 1.4

Классификация организаций-производителей по формированию деловых услуг

№ пп	Признак классификации	Организации-поставщики
1.	По отраслевой специализации	– моноотраслевые; – узкоспециализированные; – многоотраслевые.
2.	По функциональным задачам	Решающие проблемы в области: – ценообразования; – корпоративной стратегии; – технологической стратегии; – товарной стратегии; – стратегии информационных технологий и т. д.
3.	По месту нахождения покупателя	– внешних потребителей; – внутренних потребителей.
4.	По степени квалификации персонала	– высокой квалификации; – необходимой квалификации; – минимального опыта и навыков у персонала.

⁴⁴ Martin H. Barriers to productivity growth in business services / H.T.Martin, E.N.Katrine // Copenhagen: Copenhagen Economics, 2013. – P.32.

⁴⁵ Надеин Н.В. Специфика и особенности деловых услуг / Н.В.Надеин // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – Новосибирск: «Центр развития научного сотрудничества». – 2015. – № 21. – С. 224.

⁴⁶ Тюкавкин Н.М. Анализ основных тенденций формирования и развития сферы деловых услуг / Н.М. Тюкавкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №6. – С. 82.

5.	По степени стандартизации	– алгоритмированные; – единичного исполнения.
6.	По уровню новизны и инноваций предоставляемых услуг	– инновационные; – модернизированные; – модифицированные.
7.	По получателям услуги	– заказчики; – посредники; – третьи, не заинтересованные в оказании услуги лиц.
8.	По степени участия в международном обмене	– услуги, как объекты внешней торговли; – услуги, не являющиеся предметом экспорта; – услуги, экспортного и импортного типа.

Источник: Тюкавкин Н.М. Экономический феномен Китая / Н.М. Тюкавкин // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2007. – № 3 (29). – С. 138-142.

Необходимо отметить, что во многих классификациях бизнес-услуг имеются спорные моменты, а иногда они охватывают, также комплекс неосязаемых видов экономической деятельности за рамки предприятий и организаций. Типология форм и видов бизнес-услуг значительно расширилась за период трансформации рынка услуг и повышения роли технологии в процессе предоставления бизнес-услуг. Тюкавкин Н.М., наряду с «профессиональными бизнес-услугами и техническими бизнес-услугами», также выделяет «прочие бизнес-услуги». Интересно отметить и тот факт, что «информационные услуги» занимают довольно малую часть оборота бизнес-услуг⁴⁷. Наряду с существующими видами бизнес-услуг в предложенной классификации Тюкавкина Н.М. включены также услуги в сфере бизнес-образования, делового туризма, прототипирования и др.

Поворина Е.В. на основе анализа классификационных критериев, используемых для группировок отдельных видов услуг, выделяет ряд критериев классификации бизнес-услуг, важнейшими из которых является критерий классификации по степени новизны бизнес-услуг, функция менеджмента, реализация которой способствует бизнес-услугам и воздействиям бизнес-услуг на объект⁴⁸ (табл. 1.5).

⁴⁷ Тюкавкин Н.М. Экономический феномен Китая / Н.М. Тюкавкин // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара: 2007. – № 3 (29). – С. 138.

⁴⁸ Поворина Е. В. Современные подходы к классификации услуг предприятиям и организациям / Е.В. Поворина // Научный журнал СЕРВИС PLUS. –М.: РГУТИС, Том 8, 2014. -№ 2. – С.60.

Классификация услуг предприятиям и организациям

Критерий	Классификационные группы	Виды услуг предприятиям и организациям
Функция менеджмента, реализации которой способствуют услуги	услуги планирования	Консалтинговые услуги в области разработки стратегических и иных планов
	услуги организации и координации	ИТ-услуги, консалтинг по разработке организационных структур, кадровый консалтинг, подбор кадров и пр.
	услуги мотивации	Консалтинговые услуги по разработке систем мотивации, тимбилдинг, тренинги и пр.
	услуги контроля	Инжиниринг систем безопасности и контроля, аудиторские услуги и пр.
Воздействие на объект	услуги, ориентированные на менеджмент	Юридическое обслуживание
	услуги, ориентированные на активы	Аудиторские услуги Банковские услуги
	услуги, ориентированные на жизненный цикл конечной продукции	Услуги разработки дизайн-проектов и пр.

Источник: Поворина Е. В. Современные подходы к классификации услуг предприятиям и организациям // Научный журнал СЕРВИС PLUS. –М. РГУТИС. Том 8. 2014 / № 2 –С.61,62.

В Международной стандартной классификации видов экономической деятельности большинство видов бизнес-услуг группированы в разделе «Недвижимость, аренда, предпринимательская деятельность».

В статистической классификации видов экономической деятельности в Европейском сообществе NACE Rev. 2 выделены два раздела для бизнес-услуг – раздел «профессиональные научно-технические услуги» и – раздел «административные услуги». Каждый из этих видов услуг в свою очередь объединяет ряд подсекторов бизнес-услуг, таких как юридические услуги и услуги в сфере бухгалтерского учета, управленческий консалтинг, услуги в сфере архитектуры, инженерная деятельность, услуги в сфере исследования и разработок, рекламные услуги и услуги в сфере исследования рынка. В разделе «административные услуги» включены услуги по поддержке офисов, охраны предприятий и организаций, аренда недвижимости и лизинга техники и технологии для нужд предприятий и организаций.

В работах Дорошенко М., Майлс Й., Виноградова Д., как особый вид бизнес-услуг, выделены креативные бизнес-услуги, которые включают в себя рекламное обслуживание, промышленный дизайн, услуги в сфере архитектуры и др. По их мнению, для предоставления таких услуг необходимы дополнительные эстетические и творческие способности поставщика⁴⁹.

Бизнес-услуги преимущественно подразумевают услуги между предприятиями и организациями, так как они для выполнения своих ежедневных задач, а также ведения своей деятельности, приобретают эти виды услуг. Например, они покупают все виды современных бизнес-услуг, такие как консалтинговые услуги, компьютерные и технические услуги, услуги по промышленному клирингу, услуги по обеспечению безопасности промышленного объекта, а также многие виды традиционных услуг, таких как юридические услуги, бухгалтерские и новые виды услуг по исследованию рынка.

В экономической литературе также различают традиционные и продвинутые бизнес-услуги, различия между которыми основаны на степень технологияемкости и знаниеемкости таких услуг. Таким образом, бизнес-услуги, для предоставления которых требуются мало технологий и которые не являются знаниеемкими, считаются традиционными бизнес-услугами. В то время бизнес-услуги, для предоставления которых требуется высокий уровень технологической интенсивности и человеческих ресурсов обладающие определенным уровнем знаний и навыков, считаются передовыми.

По мере расширения концентрации промышленных и иных предприятий и организаций в своей основной деятельности появляются новые виды бизнес-услуг или новые сферы специализации для предоставления бизнес-услуг под влиянием появления новых технологий, повышения значения человеческого фактора, а также роста интернационализации.

⁴⁹ Дорошенко М. Интеллектуальные деловые услуги: российский опыт / М. Дорошенко, Й. Майлс, Д. Виноградов // Форсайт. – М.: Высшая школа экономики, 2014. – т. 8. – № 4. – С. 27.

Голубкова И. и Михалова В., в качестве новых направлений развития бизнес-услуг, выделяют стратегические бизнес-услуги⁵⁰. Поставщики таких услуг специализированные в отрасли, которые имеют стратегическое значение для фирм клиентов, сами не в состоянии из-за финансовых и кадровых ресурсов обеспечить себя такими услугами. Другие компании вынуждены приобрести такие услуги у специализированных фирм, так как они не могут нанимать специалиста того уровня, который способен предоставить такие услуги из-за высокого уровня специализации и хорошего уровня образования. Сотрудники таких фирм, предоставляющих стратегические бизнес-услуги, в основном, высокообразованные, часто они также работают в передовых центрах исследований и разработок, а предоставляемые ими услуги носят индивидуальный и специфический характер. Поэтому другие компании совсем не в состоянии предоставить такие услуги. Одним из возможных способов решения этой проблемы является аутсорсинг.

Организация экономического сотрудничества и развития к стратегическим бизнес-услугам относят пять секторов бизнес-услуг, которые имеют важное значение для развития бизнес-процессов, конкурентоспособности и роста компаний. К ним относятся услуги в области компьютерного программного обеспечения и обработки информации; услуги в области исследований и разработок и технического тестирования; маркетинговые услуги; услуги по организации бизнеса (включая консультирование по вопросам управления и найма рабочей силы) и услуги по подготовке кадров.

Стратегические бизнес-услуги не являются основной частью деятельности производственных фирм, но являются важным дополнением к его деятельности и чаще всего передаются на аутсорсинг.

Основными факторами развития стратегических бизнес-услуг в условиях глобализации является рост значения услуг в продвижении бизнеса, развития

⁵⁰ Holubcova I. Present and future of outsourcing and business services in new EU member states / I.Holubcova, V.Michalova // Global Academic Society Journal: Social Science Insight. – Bratislava, 2008. – Vol. 1, – №1. – P. 31.

экономики основанной на знаниях, которое опирается на опыт и специализированные услуги, расширение специализации и усиление разделения труда в реальном секторе экономики, развитие аутсорсинга в этапе интернационализации производства и развития малых и средних предприятий, которым необходимы внешние услуги для пополнения собственных внутренних ресурсов.

В экономической литературе знаниеемкие бизнес-услуги, также связываются с услугами, которые прямо и косвенно предоставляются с использованием новых технологий, такие как услуги предоставляемые в рамках компьютерных сетей, новые виды телекоммуникационных услуг, услуги в сфере программного обеспечения; услуги по аварийному восстановлению и обеспечению непрерывности бизнеса; услуги по обучению новых технологий; дизайн с использованием новых технологий; офисные услуги с привлечением новой оргтехники, услуги по обслуживанию зданий и сооружений, услуги в сфере управления системы энергоснабжения зданий и сооружений, управленческое консультирование с привлечением новых технологий, технический инжиниринг, экологические услуги с привлечением новых технологий, услуги в сфере научно-лабораторных испытаний, исследования и разработок⁵¹.

Некоторые знаниеемкие услуги трудно отнести к технологическим услугам или более традиционные профессиональные услуги. Например, архитектурные услуги, а также некоторые виды услуги в сфере проектирования. Список профессиональных услуг, не основанные преимущественно на технологиях, включают: маркетинг, маркетинговые исследования и рекламу.

Знаниеемкие бизнес-услуги также подразделяются на чисто профессиональные услуги и технологические услуги. К первой группе относятся традиционные профессиональные услуги, такие как рекламные

⁵¹ Vamsi K. B. Global Competitiveness and Knowledge Intensive Business Services // 18th European Advanced Studies Institute in Regional Science // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wz.uni.lodz.pl/ersa/abstr/bommakanti_p.pdf (дата обращения – 16.06.2018 г.)

услуги, управленческие и консалтинговые услуги, юридические и бухгалтерские услуги. Ко второй группе относятся бизнес-услуги, связанные с использованием технологий или связанные с IT технологиями, например инженерные услуги, консалтинговые услуги в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и т.д. В рамках второй группы часто выделяется подгруппа компьютерных бизнес-услуг (или услуги связанные с компьютерными обеспечениями).

Знаниеемкие бизнес-услуги выполняют информационные, диагностические, консультативные, вспомогательные, и управленческие функции в предприятиях и организациях. «Передовые знаниеемкие отрасли сферы услуг склонны создавать больше рабочих мест под воздействием новых технологий»⁵².

Согласно Муллеру Е., Долоруксу Д., наукоемкие бизнес-услуги превратились из деятельности в передачу конкретной информации для клиентов в деятельность, которая может существенно изменить статус клиентов. Обычно эти услуги создают большую добавленную стоимость, потому что интеграция знаний, профессиональной компетенции, тесных отношений поставщика услуг и клиентов помогает не только поставщику услуг, но и клиенту быть инновационным и конкурентоспособным⁵³.

Один из особенностей развития бизнес-услуг в XXI веке в условиях актуализации экологических проблем и повышения вопросов устойчивого-сбалансирования развития экономики связан с появлением новых видов бизнес-услуг так называемые «зеленые» бизнес-услуги. В условиях трансформации экономической структуры в условиях перехода к "зеленой" экономике некоторые бизнес-услуги также трансформировались на зеленые услуги, ощущая последствия экологических проблем путем внедрения технологий.

⁵² Гаджиева А. Г. Цифровизация и занятость: роль отраслей сектора услуг / А.Г. Гаджиева // Инновации. – СПб.: ГЭТУ «ЛЭТИ», 2018. - № 2 (232), – С.69.

⁵³ Muller E. What we should know about knowledge-intensive business services / E. Muller, D. Doloreux // Technology in Society. – Karlsruhe, 2009. – № 31(1). – P.65.

Поскольку сфера бизнес-услуг становится все более заметной в развитии промышленности и повышении степени индустриализации страны, повысились требования относительно значения таких услуг не только для роста ВВП, но и также сохранения и поддержания биосферы с точки зрения экологии. Таким образом, зеленые бизнес-услуги – это услуги между предприятиями и организациями, направленные на удовлетворение их потребностей путем соблюдения экологических норм и принципов, что в итоге гарантирует более устойчивое и экологическое развитие промышленности и ВВП страны⁵⁴.

Зеленые бизнес-услуги позволяют осуществлять необходимый контроль при оказании бизнес-услуг при загрязнении воздуха, очистки сточных вод, управление и переработка твердых отходов, восстановление и очистка почвы и грунтовых вод, контроль шума и вибрации, производство возобновляемой энергии, экологический мониторинг, экологическое строительство, экологические исследования и разработки, охрана природы и др.

Экологически чистые компании могут в большей степени использовать информационные коммуникационные технологии и модель электронного бизнеса в своих операциях, чтобы при предоставлении более качественных услуг клиентам была обеспечена устойчивость, которая может повысить их качество. Сектор экологических услуг состоит из разнородного набора производителей технологий, товаров и услуг, которые измеряют, контролируют, восстанавливают, предотвращают, лечат, минимизируют, исследуют экологический ущерб, наносимый воздуху, воде и почве, а также проблемы, связанные с отходами, шумом, биоразнообразием и ландшафтами. Следствием всего этого является то, что службы должны использовать зеленую технологию, которая помогает предотвращать или минимизировать загрязнение, а также измерять и предотвращать истощение ресурсов⁵⁵.

⁵⁴ Aithal P. S. How service industries can transform themselves into green business industries / P.S.Aithal, S.Preethi, J.Preethi // MPRA Paper No.71767, posted 06 Jun 2016 UTC – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/71767/> (Дата обращения – 23.12.2017 г.)

⁵⁵ Казанцева А.Н. Вопросы разработки и реализации государственной политики в сфере производства и обращения экологически чистой продукции / А.Н.Казанцева // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – СПб.: ГЭУ, 2018. – № 2 (36). – С.18.

Ресурсосберегающие услуги помогут минимизировать потери природных ресурсов. Наряду с удовлетворением всех заинтересованных сторон также важно, чтобы конечной целью каждой сервисной организации была первостепенная задача - эффективное использование ресурсов и защита окружающей среды. Поэтому все сервисные организации следуют «зеленой» бизнес-модели, которая включает «зеленый» во все процессы, в которых предоставляется услуга. Когда фирмы оказывают такие услуги, они также должны сосредоточиться на экономических и социальных выгодах. Бизнес-модель должна быть уникальной и дифференцированной, чтобы в мире конкуренции они выделялись, а также выступали в качестве образца для подражания других фирм, добавляя компонент зеленого в процессе создания услуг, операций обслуживания и предоставления услуг. Учитывая эти особенности, Айтал П.С. и Прити С. дают следующую классификацию бизнес-услугам с учетом их роли в защите экологии (табл.1.6).

Таблица 1.6

Классификация видов бизнес-услуг с учетом их роли в защите экологии

Вид бизнес-услуг	Описание	Наименование услуг
Зеленая реклама	Производство и распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования в более экологической и социально-чувствительной форме, который не приносит вреда окружающей среде.	Реклама продуктов компании, связанные с экологически чистыми продуктами питания, возобновляемыми источниками энергии, компании, занимающиеся экологической и социальной работой и т. д.
Зеленые финансы	Оказание банковских и страховых услуг в сфере пропаганды экологически чистых услуг, экологические услуги предоставленные банками в виде зеленых ссуд, зеленых сберегательных счетов, мобильного банкинга, зеленых кредитных карт, онлайн-транзакций и т.д.	Инвестиции проектам, не наносящим ущерба окружающей среде, проекты по выработке электроэнергии, оказание услуг по переходу на безбумажное обслуживание клиента, услуги по установке банкоматов работающих на солнечных батареях и др.
Зеленая торговля	Услуги в сфере купли-продажи товаров предприятий и организаций деятельность, которых нацелена на улучшение состояния окружающей среды.	Услуги по утилизации отходов в точки розничной торговли, магазинах и супермаркетах; Услуги по внедрению системы естественного освещения логистических комплексов и складов, специализирующие на доставке и хранении товаров и т.д.
Зеленый деловой туризм	Организация услуг делового туризма с учетом сохранения экономического, социокультурного и экологического баланса.	Услуги в сфере сохранения природного наследия и биоразнообразия страны, услуги в сфере мониторинга состояния туристических объектов страны, услуги по проведению корректирующих и предупреждающих действий в сфере охраны окружающей среды, услуги по организации экологического туризма и др.

Зеленые транспортные услуги	Оказание транспортных услуг для нужд бизнеса с позиций минимизации экологических издержек	Оказание услуг по передвижению товаров, которые не наносят вреда здоровью человека и экосистеме, услуги по минимизации транспортных выбросов и отходов, услуги по снижению шума транспортных средств, услуги по уменьшению углеродного следа транспортных средств, услуги в сфере перехода транспортных средств на возобновляемые источники топлива, развитие программного обеспечения в сфере онлайн-бронирования, отслеживания направления транспортных средств и т.п.
Зеленая дистрибуция	Услуги в сфере доставки готовой продукции конечному покупателю или потребителю с минимизацией промышленных отходов и выбросов на окружающую среду, во всех цепочках поставки.	Услуги по «зеленой» упаковке товара (использование упаковки меньшего размера, использование экологически чистых упаковочных материалов и попытка минимизировать количество материалов для распаковки); по развитию «зеленой» логистики, внедрение системы онлайн-отслеживания товаров, отслеживание транспортных средств с использованием ИКТ.
Зеленые электронные коммуникации	Осуществление коммуникации с использованием электронных технологий, не приносящие вреда окружающей среде.	Услуги в сфере уменьшения бумажного документооборота в предприятиях и организациях; автоматизация системы документооборота на предприятиях.
Зеленые ИТ услуги	Использование энергосберегающих ИТ технологий для нужд бизнеса.	Строительство экологически чистых зданий, использование электронных транспортных средств, энергоэффективное освещение, использование экологически чистых ИТ оборудования
Зеленые риэлтерские услуги	Использование экологически чистых продуктов при строительстве зданий и сооружений.	Использование экологически чистых материалов организация переработки строительных отходов, внедрение энергосберегающих строительных технологий и технологий, не наносящие вреда окружающей среде.
Зеленый лизинг	Аренда оборудования, техники и технологии, не приносящие вреда окружающему миру.	Лизинг транспортных средств с минимальными выбросами в атмосферу, работающие на сжиженном природном газе, на электродвигателях, и с гибридными силовыми установками.
Услуги по поддержке зеленого бизнеса	Поддержка развития бизнеса без нанесения вреда экологии.	Услуги по уменьшению потребления материальных ресурсов, производство продукции с минимальным эко следом, сортировка и переработка отходов и др.
Зеленый маркетинг	Концепция устойчивого маркетинга в процессе поддержания прибыльности организаций, удовлетворение потребностей потребителей без нанесения вреда обществу.	Продвижение товаров и услуг, которые оказывают минимальное негативное влияние на окружающую среду, повышение узнаваемости бренда и повышение объема продаж, а также лояльности потребителей, за счёт использования экологических технологий производств и выпуска экологически чистой продукции. ⁵⁶

Составлено по: Aithal P. S. How service industries can transform themselves into green business industries / P.S.Aithal, S.Preethi, J.Preethi // MPRA Paper No.71767, posted 06 Jun 2016 UTC- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/71767/> (Дата обращения – 23.12.2017 г.)

⁵⁶ Дергунова М. И. «Зеленый» маркетинг и его особенности / М. И. Дергунова, М.С. Говорова, А.В. Мельникова, В.Л. Мельникова. // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 72.

В данной классификации авторы делают акцент на то, как бизнес-услуги могут трансформировать себя в зеленые бизнес-отрасли, с точки зрения их возможностей в решение экологических проблем. Также отмечается, что рост бизнес-услуг будет способствовать внедрению новой технологии в сфере оказания зеленых услуг, которые, в свою очередь, будут способствовать формированию зеленой экономики, благодаря их способности поддерживать чистую и устойчивую окружающую среду.

Для предоставления бизнес-услуг требуется наличие четырех факторов, известных как факторы высокой степени: высокий уровень знаний, высокий уровень технологий, высокая степень взаимодействия и высокая степень инноваций. Среди этих факторов наиболее важное место занимает высокий уровень знаний. К таким знаниям относятся не только кодифицированные знания, но также и скрытые знания, которыми владеют поставщики бизнес-услуг.

Конечно, в практике очень трудно оценить и доказать степень знаниеемкости бизнес-услуг. Но, чтобы бизнес-услуги были конкурентоспособными и смогли удовлетворять потребности современных клиентов, они должны регулярно обновляться и основываться на новейших управленческих решениях, которые обычно требуют высокого уровня знаний. Для поставщиков бизнес-услуг знания рассматриваются не только как важный инструмент, но и как ядро их конечного продукта. Поставщики бизнес-услуг несут ответственность за объединение знаний из разных источников и за распространение самих знаний. Все вышеперечисленные условия навязывают необходимость внедрения наивысшего уровня доступных технологий.

Высокая степень взаимодействия означает, что на каждом этапе подготовки услуг существует тесный контакт и сотрудничество между фирмой, заказывающей услугу и поставщиком услуг. Взаимодействие между клиентом и продюсером в последнее время является другим важным показателем, определяющим качество бизнес-услуг. Консультации, способствующие обмену

информацией и точек зрения, необходимы на каждом этапе процесса создания услуг, что дает возможность получить эффект синергии.

Типология этих услуг по критериям объекта влияния приведены в таблице 1.7.

Таблица 1.7

Типология бизнес-услуг по критериям объекта влияния

№ пп	Типология бизнес-услуг	Подвиды бизнес-услуг
1.	Бизнес-услуги, ориентированные на предприятия	– услуги по исследованию рынка; – рекламные услуги; – услуги по исследованию и разработок и др.
2.	Бизнес-услуги, ориентированные на рынок	– юридические услуги; – бухгалтерские и налоговые консультации; – управленческие услуги и консалтинг; – услуги в сфере паблик релейшнз; – рекрутинговые услуги; – услуги по организации бизнес мероприятий; – другие услуги;
3.	Технические бизнес-услуги	– архитектурные услуги; – услуги в сфере технических испытаний и анализ работоспособности оборудования – ИТ и услуги в сфере программирования; – техническая поддержка событий; – инжиниринг – исследования и экспериментальные разработки в области естественных и технических наук

Источник: Составлено автором на основе: Borodako K. Tourism enterprises as buyers of knowledge-intensive business services / K. Borodako, J.Berbeka, M. Rudnicki // SAGE Open. January-March, 2015. –P.10

Бородако К., Бербека Я. и Рудницкий М. на основе анализа существующих классификаций бизнес-услуг предлагают классификацию бизнес-услуг по критериям его ориентированности в трех группах⁵⁷:

1. Бизнес-услуги ориентированные на предприятия – услуги которые направленные на поддержание операционной деятельности предприятий и организаций;

⁵⁷ Borodako K. Tourism enterprises as buyers of knowledge-intensive business services / K. Borodako, J.Berbeka, M. Rudnicki // SAGE Open. – Warsaw: January-March 2015. – P.5. P.1-10.

2. Бизнес-услуги, ориентированные на рынок – это услуги, которые предоставляются для реализации нужд предприятия клиента;

3. Технические услуги – бизнес-услуги, в которых больше внимания уделяется технологиям и вопросам относящимся к технологиям.

Данную классификацию можно дополнить некоторыми видами профессиональных бизнес-услуг, такими как профессиональные услуги по организации делового туризма и другие новейшие технические услуги в сфере предприятий и организаций.

Таким образом, проведенное исследование принципов и критерий классификации бизнес-услуг показало, что несмотря на уже имеющуюся множество классификаций бизнес-услуг по различным критериям, процесс разработки классификации бизнес-услуг нельзя считать полностью завершенным.

Исследование показывает, что до настоящего времени не разработана классификация бизнес-услуг по видам знаний, которые необходимы для оказания и пользования таких услуг. Хотя в общем виде выделяются знаниеемкие виды бизнес-услуг, в научной литературе еще не приведена классификация бизнес-услуг в зависимости от конкретных типов и видов знаний, которые необходимо для оказания бизнес-услуг. Исходя из этого, мы предлагаем более совершенную классификацию бизнес-услуг по требуемому виду необходимого знания и опыта на четыре группы:

1. Бизнес-услуги, требующие технических знаний.
2. Бизнес-услуги, требующие управленческих знаний.
3. Бизнес-услуги, требующие профессиональные знания.
4. Бизнес-услуги, требующие интегрированные знания.

К первой группе относятся услуги по обеспечению безопасности, программное обеспечение и компьютерные услуги, техническое обслуживание, инжиниринг.

Ко второй группе относятся услуги в сфере управления недвижимостью, управленческий и стратегический консалтинг, маркетинговые услуги, рекламные услуги, услуги в сфере публичных отношений и др.

К третьей группе относятся услуги в сфере администрирования, бухгалтерского учета и аудита, временный набор рабочей силы; транслейтинга, налоговые и юридические консультации, подготовка кадров и др.

К четвертой группе относятся сложные виды бизнес-услуг, которые требуют различных форм знаний, таких как услуги в сфере исследования и разработок, инжиниринговые услуги, стратегический консалтинг и др.



Рисунок 2 - Классификация бизнес-услуг по требуемому виду необходимого знания и опыта (разработано автором)

Предлагаемый вариант классификации бизнес-услуг может дополнить существующие классификации услуг в экономической литературе.

Практическое использование данной классификации услуг позволит поставщикам услуг лучше оценивать способности своих работников по оказанию соответствующих видов бизнес-услуг и удовлетворять потребности своих клиентов. Кроме того, так как причина приобретения услуги извне для многих конкретных предприятий и организаций являются нехваткой соответствующего уровня знания и опыта работников внутри предприятий, при осуществлении заказа они будут опираться на наличие знаний и опыта поставщиков услуг по той сфере, которые требуются для решения проблемы в их хозяйственной деятельности. Кроме того, данная классификация по праву остается наиболее оптимальной при защите прав потребителей в условиях появления разногласия между поставщиками и потребителями бизнес-услуг. Вместе с тем, предлагаемую нами классификацию можно использовать при определении нужд страны в человеческих ресурсах для оказания бизнес-услуг и подготовки кадров в данной области. Таким образом, в предлагаемой классификации находят отражение важнейшие экономические критерии, которые определяют соответствие поставщика бизнес-услуг на оказание соответствующего вида деятельности.

1.3. Зарубежный опыт формирования и развития рынка бизнес-услуг

В последние десятилетия в структуре мировой торговли услугами происходили значительные изменения, важнейшими из которых является быстрый темп роста бизнес-услуг по сравнению с другими видами услуг. Данный сектор сферы услуг в последние годы создает огромное количество рабочих мест и превратился в основной фактор экономического роста. Во многих развитых странах Европейского союза объем предоставляемых бизнес-услуг намного превышает объем оказанных традиционных видов услуг в сфере транспортных, гостиничных, ресторанных и телекоммуникационных услуг.

В 15 европейских странах в сфере бизнес-услуг заняты более 19 миллионов работников, и объем предоставленных таких услуг составляет более

1000 миллиардов евро, созданная добавленная стоимость в данном секторе составляет около 11% ВВП экономики 15 стран европейского союза⁵⁸.

Среди важнейших видов бизнес-услуг особое место занимают услуги аутсорсинга. США являются основным потребителем услуги аутсорсинга. На их долю приходится почти 60% потребления услуг аутсорсинга на мировом рынке. Вторым по значению «покупателем» выступает регион Западной Европы, третьим – Япония⁵⁹.

В мировой торговле бизнес-услуг в микроуровне ведущее место занимает компания «большой четверки» или «big 4». Большая четверка является одним из лидеров среди предприятий, предоставляющие бизнес-услуги в сфере профессиональных деловых услуг в области составления бухгалтерской отчетности, аудита, налогового и юридического видов консультирования.

PricewaterhouseCoopers является крупнейшей в мире международной сетью компаний, предлагающих профессиональные услуги в области консалтинга и аудита. «Данные компании предоставляют широкий перечень деловых услуг, поэтому их часто называют многофункциональными аудиторскими компаниями. Так как аудиторские услуги позволили этим компаниям завоевать существенную долю рынка по всему миру»⁶⁰.

Бизнес-услуги занимают ведущие позиции экономики большинства промышленно развитых стран. К ним относятся маркетинговые и рекламные услуги, лизинговые, консалтинговые, научно-исследовательские, компьютерные услуги, услуги по охране и обслуживанию помещений, инженерно-строительные и архитектурные услуги, бухгалтерские, аудиторские услуги и т. д.

⁵⁸ European Commission Enterprise and Industry Newsletter. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7446&lang=en&tpa_id=0&displayType=news&nl_id=1036 (Дата обращения – 9.04.2017 г.)

⁵⁹ Зименков Р. И. Аутсорсинг в практике американских корпораций / Р.И.Зименков // США и Канада: экономика, политика, культура. – М.: Российская академия наук. Том: 49, 2019. - №6. - С.57.

⁶⁰ Родионова И. Особенности интернационализации деятельности компаний в сфере профессиональных деловых услуг / И. Родионова, Е.Д. Фролова // Вестник российского университета дружбы народов (серия: экономика). – М.: РУДН, 2012. - № 2. - С. 33.

В конце 1990-х годов в США в секторе бизнес-услуг были заняты более 11 млн. работников, который составил 17% от общей численности занятости в экономике. Данный показатель соответственно в Японии составил 3 млн., в Великобритании - 1,5 млн., в Германии - 1,4 млн. и во Франции - 0,6 млн. человек⁶¹.

В первое десятилетие XXI века сектор бизнес-услуг превратился в динамично развивающийся сектор экономики благодаря трансформации индустриальной экономики в постиндустриальную и формировании сервисной экономики.

Для раскрытия потенциала развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан считаем целесообразным более подробно исследовать опыт развитых стран в этом направлении. Наиболее интересными с нашей точки зрения является опыт США, стран Европейского союза, особенно, Германии, Великобритании и некоторых стран СНГ, таких как Российская Федерация, Беларусь и Казахстан, где уже сформировался более развитый рынок бизнес-услуг по сравнению с нашей страной.

Одним из важных особенностей сектора бизнес-услуг в США по сравнению с другими отраслями сферы услуг и промышленности заключается в том, что в нем основная доля работников приходится на работников с высшим образованием и средним уровнем заработной платы. В таблице 1.8 показана доля работников, имеющих высшее образование и ученую степень в различных секторах экономики США.

Как видно из данных приведенной в таблице сектор бизнес-услуг является наиболее наукоемким сектором, на который приходится высокая доля работников с высшим образованием. Так около 40% работников сектора бизнес-услуг имеют высшее образование, в то время как этот показатель в производственном секторе составляет 25%. Как правило, более высокий уровень образования влечет за собой более высокий уровень заработной платы.

⁶¹ Демидов Л.С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике / Л.С. Демидов // Мировая экономика и международные отношения. – М.: ФГБУ Российская академия наук, 1999. – №2. – С. 25.

Высокая заработная плата в данном секторе также объясняется тем, что для предоставления бизнес-услуг требуются специальные навыки, которые не все работники имеют.

Таблица 1.8

Уровень образования и средняя заработная плата в некоторых секторах экономики США в 2019г.

№ пп	Секторы экономики	Доля работников с высшим образованием, %	Доля работников с ученой степенью, %	Средний уровень заработной платы, в дол. США
1.	производственный сектор	23	7	72735
2.	бизнес-услуги	44	14	111741
3.	услуги профессиональные, научные и технические	36	16	105907
4.	оптовая и розничная торговля	19	3	84161

Источник: Составлено автором на основе: Платформа бизнес-данных №1 в мире. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/243834/annual-mean-wages-and-salary-per-employee-in-the-us-by-industry/> (Дата обращения- 28.02.2021 г.)

В Великобритании на сектор бизнес-услуг приходится 11% ВВП страны. Особенность данного сектора в Великобритании заключается в том, что в нем основную долю занимают малые и средние предприятия и высокая государственная поддержка.

Широкий спектр предоставляемых бизнес-услуг и долговечность остаются сильными сторонами многих предприятий сферы бизнес-услуг во Великобритании. С проблемами, которые сталкивается сектор бизнес-услуг во Великобритании связаны, в основном, с ценовыми давлениями со стороны новых конкурентов на мировом рынке бизнес-услуг и изменениями в правилах предоставления бизнес-услуг в развивающихся странах. Для сохранения своей передовой позиции на мировом рынке бизнес-услуг британские поставщики пользуются современными бизнес-моделями, основанные на предоставлении комплексных бизнес-услуг, эффективном управлении производственными затратами, широком использовании результатов НИОКР и технологическими инновациями для повышения производительности труда данного сектора.

Таким образом, Великобритания является мировым лидером в сфере предоставления бизнес-услуг. Именно в нем находится быстроразвивающийся и крупнейший рынок аутсорсинга в мире. Можно выделить четыре ключевые стороны развития сектора бизнес-услуг в Великобритании: развитое рыночное отношение, благоприятный инвестиционный климат, развитый финансовый рынок и наличие высококвалифицированной рабочей силы.

Последние исследования показали, что сектор бизнес-услуг имеет значительный вклад в развитии экономики Великобритании. Объем предоставляемых бизнес-услуг в Великобритании составляет 186 млрд. фунт стерлинга и валовые налоговые сборы, взимаемые с отрасли составляют более 16 млрд. фунтов стерлингов ежегодно. Данный сектор имеет высокую добавленную стоимость. Среди важнейших секторов бизнес-услуг особое место занимают бизнес-услуги в сфере строительства, на которых приходится 33% созданной добавленной стоимости, телекоммуникационные и ИТ-услуги (28%) и внешние государственные консультационные услуги (21 %) ⁶².

В секторе бизнес-услуг в Великобритании заняты около 4,7 млн. человек, что составляет свыше 13% от общего числа занятых в стране. Сотрудники в этой отрасли варьируются от оперативных работников до высокотехнологичных инженеров. Кроме того, ежегодно в отрасли обучаются более 30 тыс. студентов или новых специалистов. Широкое распространение бизнес-услуг в Великобритании способствовало экономическому росту во всех регионах страны ⁶³. Занятость в секторе бизнес-услуг в Великобритании приведена в таблице 1.9.

⁶² Rebecca R. Professional & business services sector creating further demand and growth outside London/ R. Rebecca, B. Chloe // BEIS Research Paper Number 2020/006. – London: 2020. – P.6.

⁶³ Business Services Quarterly update Q2 2019.London. Deloitte Corporate Finance LLC.25p. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xa/Documents/corporate-finance/us-dcf-business-services-update-q2-2019.pdf> (Дата обращения - 22.04.2020г.)

Объем занятости в секторах бизнес-услуг в Великобритании, 2018г.

№ пп	Наименование	Количество работников (человек)	%, от общего числа занятости
1.	Юридические услуги и услуги по ведению бухгалтерского учета	780000	2,2
1.	Управленческое консультирование	870000	2,5
2.	Услуги в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа	615000	1,8
3.	Услуги в сфере научных исследований и разработок	147000	0,4
4.	Реклама и исследование рынка	206000	0,6
5.	Прочие профессиональные, научные и технические услуги	354000	1
6.	Аренда и лизинг	167000	0,5
7.	Подбор персонала или рекрутинг	1032000	3
8.	Услуги в сфере администрирования, офисные услуги, и услуги для поддержки бизнеса	548000	1,6
9.	Всего	4719000	13,5

Источник: Rebecca R. Professional & business services sector creating further demand and growth outside London/ R. Rebecca, B. Chloe // BEIS Research Paper Number 2020/006. – London: 2020. – P.7.

Компании, специализирующиеся на предоставлении бизнес-услуг составляют почти $\frac{1}{4}$ из 1000 наиболее быстро растущих компаний с доходами от 30 млн. до 1 млрд. фунтов стерлингов. В годовом отчете Делойт относительно развития мирового рынка бизнес-услуг, отмечает, что в Великобритании средние предприятия сферы бизнес-услуг достигли темпов роста выше среднего. По всей стране существует более 250 тыс. малых и средних предприятий, специализирующиеся в оказании бизнес-услуг.

В Великобритании за последние два десятилетия значительно вырос объем использования бизнес-услуг предприятиями и организациями, чему свидетельствует доля затрат фирм на приобретение бизнес-услуг к общему объему затрат. Это привело к улучшению динамики важнейших

макроэкономических показателей, таких как экономический рост и производительность в стране.

В течение последних десятилетий в европейских странах производители значительно расширили структуру предложения товаров с предоставлением дополнительного набора бизнес-услуг.

Объем мирового рынка бизнес-услуг превышает 3,5 триллиона евро, которое в последнее десятилетие увеличилось вдвое. Только в Европейском союзе валовая добавленная стоимость бизнес-услуг составила более 1,5 триллиона евро. В нем функционируют 3,9 млн. предприятий, в котором работают более 20,5 миллион человек⁶⁴.

Доля сектора бизнес-услуг в ВВП Европейского Союза составляет 11,7%. В США на него приходится 12% ВВП страны. Этот показатель в Бразилии и России составляют 6%, в Индии - 2% и в Китае - 8% .

Основным движущим фактором роста бизнес-услуг в Европейском Союзе является промышленный аутсорсинг, когда фирмы передавали некоторые производственные функции на стороннюю фирму или непрофильные виды деятельности поставщикам бизнес-услуг, что позволило им сосредоточить свои усилия на выполнение основных производственных функций и не выходить за ее рамки. Первоначально аутсорсинговая деятельность была характерна для низкоквалифицированной деятельности, но позже фирмы посредством аутсорсинга разместили более длительные заказы на получение таких сложных услуг, оказание которых требовало высококвалифицированный труд, в результате чего способствовал росту сектора бизнес-услуг.

Современные исследователи считают, что в следующем десятилетии тенденция роста бизнес-услуг не только продолжится, но и его темп значительно вырастет благодаря наступлению четвертой промышленной революции, известной как индустрия 4.0 или промышленный Интернет.

⁶⁴ UNCTAD Handbook of Statistics 2019 – International trade in services. New York, NY.: 10017 -2019. – P.38.

Бизнес-услуги в Европе: количество предприятий, оборот и число занятых, 2017 г.

	Количество предприятий, тыс. ед.	Оборот, млрд. евро	Число работников, тыс. чел.
Европейский Союз,	3907	1518	20695
в т.ч.			
Франция	430	248	2772
Германия	392	269	4026
Италия	700	144	2107
Польша	207	32	862
Испания	357	107	1800
Швеция	182	54	512
Соединенное Королевство	432	328	3619

Источник: European Commission Enterprise and Industry Newsletter, 9/04/2018, [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7446&lang=en&tpa_id=0&displayType=news&nl_id=1036. (Дата обращения – 12.04.2018 г.)

Массовое внедрение киберфизических систем в производство значительно повышает производительность и эффективность труда, позволяя им предлагать лучшее обслуживание и поддержку клиентов, а также трансформировать свои продукты. В процессе реализации таких технологий в производстве, промышленные предприятия будут сотрудничать с широким спектром фирм, предоставляющих бизнес-услуги, и с привлечением их ресурсов и возможностей значительно сокращаются процесс создания и внедрения инноваций в таких предприятиях, что в итоге способствует достижению устойчивого экономического роста в стране. Таким образом, если с одной стороны сектор бизнес-услуг играет решающую роль в развитии промышленного сектора, то с другой стороны сами – промышленные предприятия превращаются в поставщиков бизнес-услуг.

В стратегии развития Европейского союза до 2021 года особое внимание уделено развитию сектора бизнес-услуг. Согласно данной стратегии Европа до 2021 года должна была стимулировать промышленный ренессанс (возродить

промышленный потенциал) с помощью процветающих секторов бизнес-услуг, стимулирующих инновации, рост и высококачественную занятость, повысить роль технологии и человеческих навыков в создании новых ценностей, а также выполнить творческую деятельность, которые представляют ценность для самих фирм, предоставляющих бизнес-услуги, а также для их клиентов и общества в целом.

Для достижения данной цели в Европейском Союзе планируется разработка дополнительной нормативно-правовой базы поддерживающей развитие отрасли, нахождение новых путей выхода на внешний рынок, расширение использования потенциала европейских фирм для освоения значительной доли мирового рынка, что в итоге формируется устойчивое европейское общество.

В стратегии развития европейского сектора бизнес-услуг выделено 5 направлений развития данного сектора⁶⁵:

1. Роль бизнес-услуг в создании инноваций, достижении экономического роста и создания высококачественных рабочих мест в Европе. Это обосновывается существованием огромных возможностей на мировом рынке бизнес-услуг. Надлежащая поддержка поставщиков бизнес-услуг в этом направлении может укрепить позицию ЕС на глобальных рынках.

2. Технология и навыки, создающие инновационные бизнес-услуги. Развитие бизнес-услуг зависит от уровня технологического развития страны, которые играют важную роль в создании инноваций и формирования новых услуг. Например, роль Facebook и LinkedIn в облегчении процедуры нахождения и набора кадров для промышленных предприятий или решение вопросов трудоустройства на рынке труда. Такие технологические инновации требуют новые формы взаимодействия между людьми и технологиями, что часто создают спрос на высококвалифицированные специалисты, дает возможность в качественном трудоустройстве.

⁶⁵ High-Level Group on Business Services. Final Report. European Union, 2014. – P.12.

3. Бизнес-услуги создают решения, которые представляют ценность для самих фирм, предоставляющие бизнес-услуги, а также для их клиентов, потребителей и общества в целом. Они чаще всего ориентированы на конечные результаты, обеспечивают клиентов результатами, которые они и общество хотят получить. Все эти стимулы устраняют границы между организациями и стимулируют их к совместной работе.

4. Сектор бизнес-услуг дает хороший толчок развитию промышленности и экономики страны, поддерживает экономическую трансформацию, направленную на формирование конкурентоспособной экономики и устойчивого развития Европейского общества. Примером этого является разработка новых программных обеспечений, сокращающая время выхода на рынок. Например, Университет Бари Альдо Моро в Италии разработал приложение, которое позволяет рыбакам сообщать о своих уловах, находясь еще в море, с помощью мобильного телефона. Уловы оцениваются и продаются местным супермаркетам и ресторанам, прежде чем рыбаки вернутся в порт. Благодаря этой технологии доходы увеличились на 25%, а время выхода на рынок сократилось на 70%.

5. Для реализации данной стратегии очень важна разработка необходимой поддерживающей нормативно-правовой базы. Ключевым фактором в развитии процветающих бизнес-услуг является хорошо функционирующий внутренний рынок. Компании, которые принимают решение о выходе на внешние рынки являются более продуктивными. Исходя из этого, европейские институты, национальные органы власти и поставщики услуг продолжают свои усилия по устранению препятствий для поставщиков услуг для выхода на внешние рынки с разработкой надлежащей поддерживающей нормативно-правовой базы.

Хотя развитие бизнес-услуг в Европе обосновывается значительными глобальными возможностями данного рынка, в Европейском Союзе опасаются от трех групп риска в данном направлении⁶⁶.

⁶⁶ Бирюкова О.В. Барьеры на пути единого рынка услуг ЕС/ О.В. Бирюкова // Вестник МГИМО университета. – М.: МГИМО, 2015. – № 2 (41). – С. 272.

1. Несоответствие интересов поставщиков бизнес-услуг и органов, разрабатывающие торговую политику в отрасли. Особенно фирмы, предоставляющие бизнес-услуги не смогут повлиять на данный процесс.

2. Местные фирмы, предоставляющие бизнес-услуги, быстро растут на некоторых рынках, где бизнес-услуги не имеют наибольший потенциал роста. В отличие от европейских поставщиков индийские поставщики бизнес-услуг, такие как Tata Consulting, Infosys и Wipro действуют на рынках с высоким потенциалом. Исходя из этого, в Европейском союзе считается важной поддержка местных фирм со стороны государства для использования возможностей новых рынков.

3. Многие разработки в поддержку промышленного Интернета, которые, в свою очередь, являются ключевой технологией для развития бизнес-услуг, происходят в США и Китае. Исходя из этого, европейский сектор бизнес-услуг опасается отставать от технологических гигантов, таких как Amazon, Apple, Facebook и Google.

В стратегических документах развития Европейского Союза выделены пути решения 6 конкретных проблем, препятствующие развитию отрасли⁶⁷.

1. Снижение административных барьеров на внутреннем рынке. Особенно несовершенная структура внутреннего рынка, чрезмерная бюрократия и неразвитое законодательство, барьеры входа МСП на рынок, высокое налоговое бремя, неразвитость системы страхования препятствуют развитию трансграничной торговли бизнес-услуг.

2. Увеличение объема капиталовложения в сфере цифровой инфраструктуры рынка бизнес-услуг. Для максимизации выгоды 4-й промышленной революции необходимы существенные инвестиции в сфере инноваций, исследования и разработок, так как ЕС находится в этапе кульминационного развития новой промышленной революции,

⁶⁷ Постникова Е.В. Директива Европейского Парламента и Совета по услугам на внутреннем рынке / Е.В. Постникова // Право. Журнал высшей школы экономики. – М.: «Высшая школа экономики», 2012. – № 1. – С. 106.

осуществляемой с помощью данных и информации, собранных о продуктах и услугах через сети Интернет или цифровых технологий.

3. Изменение механизма совершенствования государственных закупок. Государственные закупки сегодня в основном, осуществляются на тендерной основе, в котором главное внимание при выборе уделяется на поставщика с наименьшими затратами, а не на результаты, в котором должно учитываться стоимость жизни, ценности для общества, качества и инноваций. Такой механизм препятствует развитию инноваций, а также разработке и патентованию творческих продуктов. Исходя из этого, при совершенствовании государственной закупки очень важно уделять гораздо больше внимания требуемым результатам.

4. Решение проблем дефицита квалификации и навыков на рынке труда. Данная проблема является актуальной как на сегодняшнем уровне развития сектора бизнес-услуг, так и на его развитие в долгосрочной перспективе. Бизнес-услуги становятся все более технологически зависимыми. Уровень развития технологий, в свою очередь, зависит от уровня квалификации работников, особенно, в тех сферах услуг, которые традиционно были низко квалифицированными и трудоемкими.

5. Принятие мер в сфере интернационализации рынка бизнес-услуг. Бизнес-услуги имеют более глобальный характер, но все еще объем их торговли на внешних рынках недостаточен. Существуют организационно-правовые барьеры, как законодательные, так и нормативные, а также проблемы, связанные со свободным передвижением специалистов между странами, которые необходимо решать.

6. Развитие диалога и сотрудничества между поставщиками бизнес-услуг и правительством. Совершенствование механизма развития государственно-частного партнерства может решить существующие отраслевые проблемы на уровне государства.

В Европейском Союзе некоторые из требований нормативно-правовых актов, которые препятствовали европейским поставщикам бизнес-услуг

осуществлять свою деятельность за пределами Европы, были исключены из Директивы об услугах. Директива об услугах охватывает основные виды услуг в Европейском Союзе, и в нем особое место отдано бизнес-услугам как крупнейший сектор сферы услуг с точки зрения его вклада в ВВП. Реализация принятых мер позволяет государствам членам ЕС повысить долю сектора услуг в ВВП Евросоюза еще на 0,8%⁶⁸. Если все препятствия в сфере предоставления бизнес-услуг будут устранены, такой эффект будет расти более чем в три раза и составит около 2,6% ВВП. Единственная проблема развития рынка бизнес-услуг в Европейском Союзе заключается в том, что в зависимости от национальной особенности стран членов ЕС, структура данного рынка остается сильно фрагментированной. В настоящее время только от 6 до 20% бизнес-услуг, предоставляемые в Европейском Союзе, имеют трансграничный характер. Данный показатель в США составляет 27-32%.

Таким образом, независимо от наличия некоторых проблем за последние два десятилетия сектор бизнес-услуг в Европейском Союзе превратился в один из быстро развивающихся отраслей экономики с точки зрения занятости, созданная добавленной стоимостью. Объем данного рынка значительно больше, чем другие секторы услуг, такие как транспорт, связь, гостиницы и рестораны в совокупности. Как отмечает вице-президент Европейской комиссии Антонио Тахани «Бизнес-услуги в Европе имеют серьезный, не раскрытый до конца потенциал роста, особенно в терминах производительности и инновационной активности... Высококачественные бизнес-услуги играют ключевую роль для наших цепочек добавленной стоимости и, следовательно, для конкурентоспособности Европы. Деловые услуги существенны для промышленного ренессанса»⁶⁹.

⁶⁸ Директива ЕС 2006/123/ ЕС Европейского Парламента и Совета от 12 декабря 2006 года по услугам на внутреннем рынке // Московская Государственная Юридическая Академия. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/svob_peredv/directive_services_2006-123.htm. – (Дата обращения -: 24.06.2019 г.).

⁶⁹ Березин И. Качественные и количественные изменения на рынке интеллектуальных услуг в России 2005 – 2013 гг. // Под науч. редакцией: И. С. Березин // Маркетинг в России. 2015. –С.97.

Среди Европейских стран особый интерес представляет исследование опыта Германии в сфере формирования и развития рынка бизнес-услуг. Германия является одним из крупнейших в Европе рынков бизнес-услуг, и в последнее десятилетие данная отрасль показывает устойчивый рост. Германия является центром для притяжения внутренних и международных поставщиков бизнес-услуг. Развитая инфраструктура, высокие показатели производительности и высококвалифицированный персонал делают Германию очень привлекательным местом для развития бизнес-услуг.

Рынок бизнес-услуг в Германии является вторым по величине в регионе Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕБВА – ЕМЕА), и годовой темп роста данной отрасли составляет около 2%. В 2018 году, объем рынка бизнес-услуг вместе с рынком ИТ услуг составил более 40 миллиардов евро. Глобальная тенденция в области цифровизации является основным драйвером роста бизнес-услуг в Германии. Процесс роботизированной автоматизации в Германии, намного облегчая производственные процессы, повысил производительность посредством использования бизнес-услуг. Использование искусственного интеллекта в производственном процессе намного улучшил качество производимых товаров и услуг, сэконобил время и степень удовлетворенности клиентов. Благодаря своей ведущей роли в области цифровизации, Германия предлагает соответствующую инфраструктуру и рабочую силу для широкого внедрения этих новых разработок в сфере бизнес-услуг.

В Германии вслед за высокой автоматизацией производственного процесса в секторе бизнес-услуг широко применяются революционные разработки в области Интернет-технологий и технологий индустрии 4.0. Применение кибер-физических систем в предоставлении бизнес-услуг позволило совмещение онлайн бизнес-услуг и традиционных бизнес-услуг, что намного повысило степень удовлетворения специфических потребностей отдельных потребителей бизнес-услуг. Если такая система, с одной стороны, оказывает серьезное влияние на развитие сектора бизнес-услуг, то с другой

стороны – она создает новые платформы обслуживания клиентов и новые цепочки создания стоимости. Это в свою очередь, позволил Германии стать одним из мировых лидеров в сфере технологий 4.0.

Все большее число компаний размещают свои офисы в Германии, благодаря благоприятной ситуации на рынке труда, устойчивому уровню роста заработной платы, что, в свою очередь, гарантирует предотвращение оттока кадров на предприятиях. Международные аутсорсеры также широко воспользуются преимуществами немецких Интернет-страниц, чтобы предоставлять услуги на высоком уровне, гарантируя безопасность данных своих немецких клиентов. Наряду с этим, потенциал высококвалификационного трудового коллектива состоящий из разных национальностей, с опытом работы в других странах и знанием иностранных языков, превратил Германию в благоприятную сеть для общеевропейских и других международных проектов.

Благодаря растущему ноу-хау и многолетнему опыту все больше и больше немецкие поставщики бизнес-услуг начали реализацию международных контрактов на открытом рынке. Такие поставщики бизнес-услуг, благодаря растущему спросу на бизнес-услуги на мировом рынке достигли устойчивого роста путем предоставления дорогостоящих и качественных услуг.

В странах Азии по сравнению с США и странами Европейского Союза доля бизнес-услуг в структуре экономики страны является не значительной. Относительно развит сектор бизнес-услуг в таких странах Азии, как Южная Корея и Сингапур.

В настоящее время в развивающейся Азии спектр бизнес-услуг ограничен, где основная доля услуг приходится на менее эффективные виды бизнес-услуг. Это связано с относительно низким уровнем образования в Азии по сравнению с европейскими странами и небольшим, относительно неэффективным сектором услуг. Если в перспективе повышение уровня образования может создавать основу для развития рынка бизнес-услуг, то с

другой стороны многие азиатские страны испытывают нехватку природных и сельскохозяйственных ресурсов. Наряду с этим расширение экспортных возможностей азиатских стран, в дальнейшем во многом будет зависеть от формирования развитого рынка бизнес-услуг в этих странах.

В таблице 1.11 приведена доля занятости в секторе бизнес-услуг в некоторых странах Азии.

Таблица 1.11

Доля занятых в сфере бизнес-услуг в общей численности работающих в Азиатских странах по сравнению с другими государствами в 2018г.

№ пп	Страны мира	Доля занятых в сфере бизнес-услуг, %
1.	Великобритания	24
2.	США	23
3.	Южная Корея	20
4.	Сингапур	19
5.	Индия	18
6.	Тайвань	16
7.	Казахстан	14,5
8.	Китай	14
9.	Малайзия	13
10.	Филиппины	12,5
11.	Шри Ланка	11
12.	Киргизия	8,8
13.	Армения	8,
14.	Азербайджан	7,9
15.	Индонезия	7
16.	Монголия	7
17.	Грузия	6,5

Источник: Международная организация труда, Laborsta Database. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://ilostat.ilo.org/> (Дата обращения: 30.10.2020).

Бизнес-услуги требуют значительных навыков, исходя из чего объем сектора бизнес-услуг в развивающихся странах Азии намного меньше, чем в Соединенных Штатах или Соединенном Королевстве. Знание и навыки являются важным фактором, определяющим размер и производительность сектора бизнес-услуг. Для определения перспективы роста сектора бизнес-услуг в странах Азии, считаем важным исследовать уровень образования населения этих стран как важный фактор формирования человеческого капитала в сфере услуг.

В таблице 1.12 показан средний уровень образования для отдельных стран за 2018 год.

Таблица 1.12

Рейтинг стран по продолжительности обучения, 2018г.

№	Страна	Полное высшее образование (лет)	Средняя продолжительность учебы (лет)
1.	Австралия	22,9	12,9
2.	Бельгия	19,8	11,8
5.	Дания	19,1	12,6
9.	Испания	17,9	9,8
10.	Швеция	17,6	12,4
11.	Финляндия	17,6	12,4
12.	Великобритания	17,4	12,9
16.	Германия	17	14,1
20.	США	16,5	13,4
21.	Южная Корея	16,5	12,1
22.	Канада	16,4	13,3
23.	Франция	16,4	11,5
27.	Италия	16,3	10,2
28.	Португалия	16,3	9,2
29.	Швейцария	16,2	13,4
30.	Сингапур	16,2	11,5
31.	Австрия	16,1	12,1
40.	Россия	15,5	12
41.	Беларусь	15,5	12,3
50.	Казахстан	15,1	11,8
55.	Грузия	15	12,8
56.	Украина	15	11,3
75.	Мексика	14,1	8,6
81.	Китай	13,8	7,8
91.	Киргизия	13,4	10,9
99.	Армения	13	11,7
128.	Индия	12,3	6,4
134.	Узбекистан	12	11,5
145.	Таджикистан	11,2	10,4
152.	Туркменистан	10,8	9,8

Источник: Рейтинг стран по продолжительности обучения [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://nonews.co/directory/lists/countries/years-schooling> (дата обращения: 26.06.2020)

В показатель «продолжительность обучения» входит время учебы в стране для получения диплома высшего образования от школы до университета, а также показывает, сколько лет в среднем жители страны тратят на учебу. Данный показатель косвенно свидетельствует об уровне

образованности населения страны и их готовности в сфере трудоустройства в знаниеемких секторах экономики.

Данный показатель является наиболее высоким в США. Исторически Соединенные Штаты являлись навыкоизбыточной страной, особенно среди более густонаселенных стран. Хотя на формирование и развитие рынка бизнес-услуг, также могут влиять другие факторы, представляется вероятным, что модели накопления навыков, которые существовали как минимум в течение последних 40 лет в США, сыграли важную роль в формировании развитого рынка бизнес-услуг с высокой производительностью.

Так как для предоставления бизнес-услуг требуются значительные навыки, в странах, где основную долю занимают работники умственного труда, есть все условия для развития сектора бизнес-услуг.

Наряду с этим, развитый и эффективный сектор бизнес-услуг, в свою очередь, является основным источником производительности труда и развития экономики. Таким образом, мировой опыт показывает, что странам Азии необходимо принимать меры для повышения уровня образования, чтобы обеспечить высокий рост сектора бизнес-услуг.

Среди важнейших видов бизнес-услуг в России наиболее быстроразвивающимися являются юридические и аудиторские услуги. В данных отраслях в Российской Федерации имеется достаточное количество предприятий для предоставления соответствующих услуг, а также сформировался постоянный круг потенциальных клиентов.

Российские поставщики бизнес-услуг, в основном, специализированы на внутреннем рынке. Исходя из этого, в структуре внешней торговли Российской Федерации экспорт таких бизнес-услуг как маркетинговые, управленческие, аудиторские, консультационные, юридические почти отсутствуют. Россия использует свой экспортный потенциал в области научно-исследовательских разработок, главным образом промышленного и военного характера. Успешно на данном этапе, также осваивается новый для российских поставщиков рынок компьютерных услуг.

В Российской Федерации высокая потребность экономики на бизнес-услуги удовлетворяется за счет импорта. Высокое присутствие иностранных поставщиков консалтинговых, аудиторских, юридических и бухгалтерских услуг, реклама и компьютерные услуги на российском рынке свидетельствуют о недостаточно накопленном опыте российских поставщиков в этих сферах.

Положительная тенденция роста бизнес-услуг в Российской Федерации после его спада во время финансового кризиса наблюдается начиная с 2013 г. В этот период в среднем компании данного сектора продемонстрировали рост оборота⁷⁰.

В Российской Федерации интеллектуальные бизнес-услуги относят к числу важнейших секторов «экономики знаний». Оказывающие эти услуги компании не только сами ведут активную инновационную деятельность, но и выступают проводниками знаний для своих потребителей.

На первых этапах перехода на рыночную экономику в Российской Федерации сохранялся острый дефицит предложения конкурентоспособных бизнес-услуг. «По данным Всемирного банка, доля сферы услуг в российской экономике за истекшие десятилетия почти удвоилась и в 2019г. достигла 54% ВВП и 67% занятых»⁷¹. Бизнес-услуги в последние годы в экономике Российской Федерации начинают занимать все более уверенные позиции. До периода перехода экономики Российской Федерации на рыночную экономику большинство видов бизнес-услуг не функционировало, «а немногочисленные имевшиеся их поставщики действовали в нерыночных условиях»⁷². В советские годы для действующей плановой экономики некоторые виды бизнес-услуг, такие как аудиторские, маркетинговые или логистические услуги считались ненужными. В то же время юридические, банковские и страховые услуги предоставлялись по тем объемам и ценам, которые устанавливались в центральном правительстве, что исключало риски и конкуренцию. Имеющие

⁷⁰ Березин И. Модернизация без интеллекта / И.Березин, А.Милехин // Эксперт. – Минск: 2011. - №43 (776). – С.35.

⁷¹ Россия в цифрах 2019. Краткий статистический сборник. – М.: 2019. - С.190.

⁷² Дорошенко М. Интеллектуальные деловые услуги: российский опыт / М. Дорошенко, Й. Майлс, Д. Виноградов // Форсайт т. 8. М., 2014. – № 4. –С.24.

услуги в области ИКТ и инжиниринг не соответствовали международным стандартам и предоставлялись в рамках централизованных плановых цепочек создания стоимости.

После рыночных преобразований бизнес-услуги стали важным фактором функционирования российских предприятий и организаций. Доля работников сферы бизнес-услуг в Российской Федерации выросла от 3,3% в 2014 до 9,6% в 2018г.⁷³

Хотя данная цифра значительно ниже, чем в европейских странах, но это говорит о перспективе роста данной отрасли в Российской Федерации.

В российских статистических публикациях почти не отражены еще все виды бизнес-услуг. Хотя в «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» выделены некоторые из них, например аудиторские, инжиниринговые услуги, услуги в области рекламы, и услуги подбора персонала. Другие объединения либо в рамках услуг для бизнеса либо для физических лиц. Исходя из фрагментированности показателей развития бизнес-услуг в рамках общероссийского классификатора, там дается искаженная картина.

К основным факторам условий развития сектора бизнес-услуг в Российской Федерации относятся возрастающая значимость данных услуг для производства товаров или предложение других услуг, изменения в структуре собственности, рост спроса на услуги, способствующие развитию новых технологий, расширение их спектра, стремление предприятий и организаций повысить конкурентоспособность своих товаров и услуг посредством снижения производственных издержек, повышения производительности труда, роста инвестиций в сфере науки, привлекательности развития сферы бизнес-услуг и т.д.

К проблемам развития сектора бизнес-услуг в Российской Федерации ученые относят следующее:

⁷³ Россия в цифрах 2019. Краткий статистический сборник. – М.: 2019. – С.96.

- высокие цены бизнес-услуг из-за отсутствия конкуренции в данном секторе;
- неустойчивое развитие промышленности или нестабильность производства, что не гарантирует рост спроса на бизнес-услуги производственного характера;
- не заинтересованность хозяйствующих субъектов в целесообразности использования бизнес-услуг в результатах деятельности.

После Российской Федерации среди стран СНГ, более успешная модель формирования и развития рынка бизнес-услуг характерна Беларуси и Республике Казахстан. «Предпосылками для развития рынка бизнес-услуг в Республике Беларусь являются созданный социально-экономический и кадровый потенциал, активное распространение информационных технологий и преимущества национальной экономики, позволяющие наращивать динамику знаниеемких услуг, востребованных на национальном и мировом рынках»⁷⁴.

В Республике Беларусь основным препятствием для развития рынка бизнес-услуг является ограниченный спрос со стороны государственных предприятий, в которых многие бизнес-услуги отнесены к внутренним функциям предприятия, - из-за чего они стараются сами заниматься внутренним аудитом, консультированием, рыночным исследованием и др. «Кроме этого, при выборе исполнителей услуг приоритет отдается государственным, а не частным структурам, что негативно сказывается на качестве и цене. Отсутствие эффективно функционирующей рыночной системы препятствует формированию и развитию национального сегмента бизнес-услуг в Беларуси. Наиболее распространенный вид бизнес-услуг в Беларуси являются консалтинговые услуги. «В Республике Беларусь действует более 20 консалтинговых фирм. По классификации, принятой в Европейском стандарте

⁷⁴ Жукова К.И. Развитие сегмента деловых знаниеемких услуг в Республике Беларусь / К.И. Жукова // Вестник полоцкого государственного университета. Серия D. – Минск: 2015. – №6. –С.29.

по качеству, существует 84 вида консалтинговых услуг, из которых в Беларуси востребованными считаются 20 из них»⁷⁵.

Выгодное геоэкономическое расположение Беларуси создает хорошие условия для развития логистических услуг. «Это основывается на выгодном геоэкономическом расположении страны на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем газо- и нефтепроводов, систем связи между Западной Европой, регионами России, странами Азии»⁷⁶. Однако такой потенциал еще полностью не используется Беларусией из-за отсутствия высокотехнологизированных логистических центров, способный на предоставление широкого спектра знаниеемких бизнес-услуг. Кроме того, большинство предприятий осуществляют перевозку грузов собственными транспортными средствами, не прибегая к услугам современных технологичных логистических центров. Кроме того не хватает современного оборудования и площадей для складирования грузов в соответствии с европейскими стандартами, программными продуктами, оптимизирующих грузопотоков и движение транспортных средств⁷⁷. Низкое значение индекса эффективности логистики LPI в 2018 г. Республика Беларусь заняла 103-е место, в то время как в 2014 г. страна занимала 99-е место⁷⁸.

Другая проблема развития рынка логистических услуг в Беларуси связана с неправильным толкованием самого слова «логистика» между руководителями предприятий. Многие из них до сих пор под логистикой подразумевают контроль работы транспорта и склада, процесса закупки, а не как систему управления материальными потоками и затратами. В связи с этим, в Беларуси

⁷⁵ Ковалькова Ю. Развитие консалтинга на белорусском рынке услуг / Ю. Ковалькова // Маркетинг: идеи и технологии. – Минск: 2014. – № 3(63). – С.67.

⁷⁶ Жукова К.И. Развитие сегмента деловых знаниеемких услуг в Республике Беларусь / К.И. Жукова // Вестник полоцкого государственного университета. Серия D. – Минск: 2015. - №6. – С.29.

⁷⁷ Лысенкова И. Перспективы развития логистики в Республике Беларусь / И. Лысенкова // Наука и инновации. – Минск: 2014. – № 9. – (139). – С. 7 – 11.

⁷⁸Зорина Т., Трухан Ю. Логистический рейтинг 2018: лидеры и аутсайдеры / Т.Зорина, Ю.Трухан // Наука и инновации. – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2019. - №2 (192). – С. 53.

считают важным совершенствование уровня знаний специалистов сферы логистики в условиях интенсификации интеграционных процессов⁷⁹.

Развитию знаниеемких бизнес-услуг в сфере информационно-коммуникационных услуг в Республике Беларусь могут способствовать высокий уровень образования населения, особенно высокая базовая математическая культура. Доля услуг сектора ИКТ в общем объеме экспорта услуг в Беларуси занимает 11,2%⁸⁰.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в Республике Беларусь уже созданы стартовые условия для развития некоторых видов бизнес-услуг, свойственных национальной особенности данной страны.

В Республике Казахстан среди важнейших видов бизнес-услуг наиболее развиты профессиональные услуги в области инжиниринговых, консалтинговых, бухгалтерских, аудиторских услуг. В 2017 году их доля составила 5% ВВП Казахстана⁸¹. «Согласно Программе по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года потребность в инвестициях в секторе профессиональных услуг до 2020 года составляет 9 млрд. долл. США». Экспорт бизнес-услуг в Казахстане в последние годы составляет порядка 481,7 млн. долл. США⁸².

Основная доля экспорта бизнес-услуг приходится на технические услуги, связанные с торговлей, консультационными услугами в области управления и прочие бизнес-услуги. По сравнению с Россией здесь наименее развиты услуги научно-исследовательского характера.

Половина экспортной выручки бизнес-услуг в Казахстане приходится на экспорт архитектурных, инженерных и др. технических услуг. Второе место

⁷⁹ Олевский Г. Знаниеемкое предпринимательство в экономике Европейского Союза / Г. Олевский // Мировая экономика и международные отношения. – Рига: 2014. – №6. – С. 43.

⁸⁰ Информационное общество Республики Беларусь = Information society in the Republic of Belarus : сб. стат. / Нац. стат. ком. Республика Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский (пред.) [и др.]. – Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013. – 107 с.

⁸¹ Сектор услуг. Отраслевой обзор 2017 АО «Национальная компания «kazakh invest» Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан. - Алма-Ата: 2017. – С. 27.

⁸² Большова Н.Н. Торговля услугами и перспективы общего рынка услуг в ЕАЭС / Н.Н.Большова // Международная аналитика.– М.: МГИМО, 2018. – № 3 (25). – С.72.

здесь занимают услуги в сфере операционного лизинга. Казахстан среди стран региона является основным экспортером бизнес-услуг в Россию и Китай.

В 2018г. на архитектурные, инженерные и прочие технические услуги приходилось более 43% импорта бизнес-услуг в Казахстане. Второе место приходится на консультационные услуги, на которые приходится 28,9% объема импорта бизнес-услуг⁸³.

Проведенное исследование опыта передовых стран, а также некоторых стран СНГ в сфере развития сектора бизнес-услуг показало, что в настоящее время сектор бизнес-услуг превратился в основной драйвер экономического роста в создании инноваций в этих странах. Если в развитых странах есть все предпосылки для развития широкого спектра бизнес-услуг, то развивающиеся страны, такие как Таджикистан и другие страны СНГ имеют все возможности в сфере развития интеллектуальных или более знаниеемких видов бизнес-услуг, такие как консультационные, инжиниринговые, бухгалтерские, аудиторские и др., так как роль этих видов услуг на первых этапах индустриализации страны являются существенными. Кроме того, по мере роста капиталовложения в более сложные и инновационные бизнес-услуги, страны региона могут создать необходимые условия для перехода на их предоставление в рамках национальной экономики с целью уменьшения объема импорта бизнес-услуг и урегулирования сальдо баланса услуг в структуре платежного баланса страны.

1.4. Принципы формирования и факторы развития рынка бизнес-услуг

Современный рынок бизнес-услуг сформировался под влиянием совокупности факторов и принципов, которые не только превратили его в приоритетный сектор экономики, но и существенно повысили его роль в индустриализации страны и достижении устойчивого роста.

⁸³ Казахстан значительно сократил импорт и экспорт услуг. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/ekonomika/2020-11/kazakhstan-znachitelno-sokratil-import-i-eksport-uslug> (Дата обращения - 28.02.2020 г.)

Степень развития рынка бизнес-услуг сегодня выступает как один из основополагающих факторов качественного преобразования экономики страны в сторону индустриального развития. Важным направлением определения закономерностей формирования и развития рынка бизнес-услуг является изучение факторов, оказывающих влияние на динамику данного рынка и расширение его структуры. На формирование и развитие рынка бизнес-услуг повлиял комплекс факторов, к которому относятся «как социально-экономические, так и естественно-природные, а также организационно-правовые факторы»⁸⁴.

«Под фактором развития рынка бизнес-услуг понимается причина, которая находится в определенной логической или статистико-математической связи с результатом рыночной деятельности»⁸⁵.

Некоторые виды бизнес-услуг, такие как юридические консультации, существуют с древних времен, в то время как другие виды, как реклама, прочно утвердили свои позиции на рынке услуг с середины XIX века. Бизнес-услуги, в настоящее время, представляют собой высоко-дифференцированный сектор сферы услуг и, благодаря его роли в достижении экономического роста и занятости, считается важным двигателем экономического развития страны в долгосрочной перспективе. Ряд факторов способствовали его динамичному росту, исследование которых позволяет более точно раскрывать эволюционные периоды его развития.

За последнее десятилетие промышленно-развитые страны мира переходили на постиндустриальное общество, которое сильно повлияло на изменение поведения предприятий и организаций. Если раньше промышленные предприятия старались сами выполнить все виды деятельности, связанные с достижением их цели, то сегодня они сосредоточиваются в основном в производственном процессе и передают непрофильные виды деятельности

⁸⁴ Иванов А.О. Механизмы повышения производительности труда в условиях современного научно-технологического развития / А.О.Иванов // Вестник университета. Государственный университет управления. – М.: 2020. - № 6. – С.89.

⁸⁵ Беляевский И. К. Маркетинговое исследование / И. К. Беляевский– М.: 2004. –С. 123.

внешним поставщикам услуг. Все это, в итоге повысила стратегическую важность покупки бизнес-услуг со сторонних предприятий и организаций как решающий фактор в достижении устойчивой конкурентной позиции фирм.

Республика Таджикистан находится в начале новой эры, ускоренной индустриализации, в которой важную роль играют информация и знание. В последнее время предприятия и организации страны начали больше выделять финансовые ресурсы на приобретение бизнес-услуг, осознавая роль и значение бизнес-услуг в развитии своей деятельности и социально-экономического процветания экономики страны.

На первых этапах формирования и развития рынка бизнес-услуг повлияли следующие факторы:

- развитие новых технологий и производства;
- появление более сложных производств и расширение цепочки создания стоимости;
- повышение стратегической важности ИТ-технологий в производственном процессе;
- усиление конкуренции на мировом рынке;
- повышение степени доступности бизнес-услуг;
- расширение степени специализации производственных предприятий и организаций, роста их дохода как важный фактор приобретения бизнес-услуг извне;
- усиление конкуренции на рынке товаров и услуг, изменение условий проникновения и обслуживания в определенных сегментах рынка, что актуализировали необходимость повышения конкурентоспособности фирм на рынке путем приобретения современных видов бизнес-услуг и т.д.

Важный фактор, который повлиял на растущую важность сектора бизнес-услуг, является специализация. В настоящее время организации находятся в непрерывном процессе специализации. Если раньше такие услуги, как охрана здания и сооружения, промышленная уборка во многих странах производились

внутри предприятий и организаций, теперь все эти услуги приобретаются извне у специализированных компаний, которые имеют достаточное оборудование и средств для их предоставления с высоким качеством.

Принципы развития рынка бизнес-услуг, прежде всего, базируются на специфических особенностях сектора бизнес-услуг. Необходимо отметить, что правила, которые применяются при покупке товаров, часто не подходят для покупки бизнес-услуг. Это происходит из-за особенностей процесса приобретения бизнес-услуг предприятиями и организациями. Часто в процессе заключения сделки по приобретению бизнес-услуг, клиент сталкивается с рядом проблем, который связан со следующими факторами⁸⁶:

1. Трудности оценки содержания приобретаемых бизнес-услуг. Это связано с тем, что в момент покупки бизнес-услуг они не существуют. Поэтому клиентам заранее трудно определять содержание осуществляемой покупки и дать реальную оценку его качества. Такая особенность услуг усложняет первый этап процесса принятия решения о покупке.

2. Сложности определения качества бизнес-услуг. Процесс предоставления бизнес-услуг состоит из ряда последовательных действий, которые требуют тесного сотрудничества покупателя и поставщика бизнес-услуг. Если в процессе взаимодействия стороны сталкиваются с определенными проблемами, то оно влияет на качество бизнес-услуг. Исходя из этого, первоначальная оценка способности поставщика бизнес-услуг играет важную роль для закупочной организации. Важно также оценить усилия, предпринимаемые предприятиями–клиентами для поддержания выгодных отношений с поставщиками. Например, при покупке управленческого консалтинга клиенты стараются выбрать ту консультационную фирму, которая хорошо известна на рынке и может поставить консультационные услуги более высокого качества по сравнению с другими фирмами.

⁸⁶ Corina P. S. Purchasing management of business services in the contemporary knowledge based economy / Corina P. S. // *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*. – Oradea, 2012. – №14 (1). – P.287.

3. Трудности определения реальной стоимости бизнес-услуг. Иногда потребителям трудно иметь представление о реальной стоимости бизнес-услуг из-за отсутствия информации о составе элементов, определяющую итоговую цену бизнес-услуг. Такая проблема создает трудности реализации во втором и третьем этапах процесса закупок – выбор поставщиков и ведение переговоров по контрактам.

4. Невозможности хранения бизнес-услуг. Из-за невозможности хранения бизнес-услуг организациям необходимо правильно оценивать свои потребности в номенклатуре бизнес-услуг, которые им необходимы в определенный период времени. Учесть такие особенности бизнес-услуг, также необходимо поставщикам таких услуг для того, чтобы они смогли правильно оценивать свои способности при появлении спроса в разных промежутках времени.

Начиная с 1990-х годов в экономике различных стран происходили некоторые динамические изменения, которые, в свою очередь, значительно повлияли на развитие рынка бизнес-услуг. Эти изменения были связаны с тем, что развитие экономики, основанное на знаниях, инновациях и технологиях, сделали экономические процессы более сложными в силу повышения спроса на динамичные знания, что способствовало росту использования профессиональных бизнес-услуг предприятиями и организациями различных отраслей, включая предприятия обрабатывающей и добывающей промышленности. В этих условиях виртуальное предоставление бизнес-услуг стало свойственным только для высоко стандартизированных бизнес-услуг и услуг, предназначенных для удовлетворения специфических потребностей клиентов потребовало широкого взаимодействия с клиентом, что актуализировало прямое контактирование поставщика и потребителя бизнес-услуг для адаптирования предлагаемой услуги к конкретным случаям и устранения проблемы.

В условиях интернационализации и глобализации некоторые виды бизнес-услуг (особенно профессиональные и технические бизнес-услуги, а также некоторые услуги, связанные с ИКТ) начали предоставляться

посредством организации международного производства через прямые иностранные инвестиции и другие посредством использования ИКТ, что устранило расстояние между поставщиком и потребителем бизнес-услуг и создало для них некоторые новые возможности.

Рынок бизнес-услуг имеет много сходства с рынком товаров промышленного назначения. Это выражается в том, что в данных рынках по сравнению с рынком товаров потребительского назначения число покупателей меньше и система продаж товаров и услуг имеет адресный характер, а также значительная часть покупателей сконцентрирована на определенной территории.

Среди потребителей бизнес-услуг особое место занимают предприятия малого и среднего бизнеса. «Особая роль бизнес-услуг проявляется в том, что они занимают особое место в социально-экономическом развитии, страны, создают необходимые условия для эффективного функционирования обслуживаемых материальной и нематериальной сфер народного хозяйства и способствуют формированию и взаимодействию всех элементов инфраструктурного комплекса».

Важным фактором развития рынка бизнес-услуг является научно-техническая революция. «На основе компьютеризации, информационных технологий, новых средств коммуникаций в экономике появился и развивается целый спектр новых услуг, радикально обновляются их традиционные виды, повышаются качественные показатели обслуживания»⁸⁷.

На формирование и развитие рынка бизнес-услуг также особенно влияют факторы спроса и предложения. Динамика развития данного рынка зависит от темпов научно-технического процесса, глобализации, развития науки и производства, а также глубоких инновационных и структурных изменений в экономике. Однако, главным фактором экономического роста рынка бизнес-услуг служит определяющая роль человеческого капитала, что обостряет

⁸⁷ Демидова Л.С. Услуги в современной экономике / Отв. ред. – Л.С. Демидова, В.Б. Кондратьев. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – С. 342.

конкуренцию за высококвалифицированных специалистов в сфере бизнес-услуг.

В последнее время меняется содержание бизнес-услуг. Это не только связано с появлением новой технологии, но существуют и более широкие концептуальные изменения в экономической и политической среде, которые влияют на характер и спектр предлагаемых бизнес-услуг. Помимо этих изменений, необходимо учитывать и другие факторы, такие как изменяющаяся природа инноваций, изменение принципов взаимодействия с партнером и повышение уровня межорганизационного сотрудничества.

Рост открытых инноваций в последнее время благодаря сочетанию идей поставщиков и потребителей услуг посредством совместного осуществления творческой деятельности, радикально изменил ландшафт инноваций. Многие бизнес-услуги в настоящее время предоставляются сетями фирм и организаций, которые взаимодействуют между собой для объединения своих возможностей. Например, когда туристические компании заключают контракты для обслуживания иностранных клиентов, они продают пакет тур со всеми условиями, начиная со встречи в аэропортах, размещения в гостинице до посещения достопримечательностей принимающей страны. В этих условиях, если они не в состоянии предоставлять такие услуги, то поручают их другим организациям или партнерам. Таким образом, по мере усложнения структуры обслуживания клиентов и повышения технической сложности предоставления услуг, растет число сетей фирм, сотрудничающих между собой для предоставления бизнес-услуг. Часто масштаб деятельности таких сетей включает как малые, так и крупные предприятия, которые создают дополнительные сложности развития взаимоотношений между фирмами.

Изменение контекста предоставления бизнес-услуг в последнее время привело к изменению организационной структуры многих поставщиков бизнес-услуг, принципов управления такими предприятиями и прав на интеллектуальную собственность при заключении договоров. Исходя из этого, современные бизнес-услуги меняют и характер взаимодействия компаний и

организаций. В таких условиях из-за последствий технологической поддержки создаются новые организационные формы. Только ограниченное количество предприятий сектора бизнес-услуг имеют все возможности, необходимые для предоставления решений основных проблем клиента. Следовательно, часто группа поставщиков бизнес-услуг, интегрируя вместе, объединяют свои возможности для выполнения запросов более крупных предприятий и организаций. Часто в рамках реализации определенных проектов даже объединяются предприятия и организации, которые являются конкурентами при реализации других контрактов.

Это в свою очередь, положительно влияет на заключение долгосрочных контрактов. Все это привело к изменениям контекста и содержания бизнес-услуг (рис. 3.).



Рисунок 3 - Изменения контекста и содержание бизнес-услуг на основе инноваций (составлено автором)

Важным фактором роста бизнес-услуг является аутсорсинг. Как правило, между аутсорсингом и ростом бизнес-услуг существуют прямые связи, как на микро, так и на макроуровне.

«В качестве одного из таких подходов можно рассматривать аутсорсинг, применение которого в последнее время неуклонно возрастает. Практическим результатом применения аутсорсинга является возможность направлять собственные ресурсы организации на выполнение своей основной деятельности – те функции, которые организация умеет делать лучше других, передавая внешнему исполнителю (аутсорсеру) функции неосновной деятельности»⁸⁸.

Передача определенных производственных функций на аутсорсинг позволила предприятиям сосредоточить финансовые ресурсы на основную деятельность, что положительно повлияло на степень удовлетворенности их клиентов. Когда предприятия и организации осознали, что самостоятельное осуществление определенной деятельности или управление определенной функцией внутри предприятия несет существенно больше рисков, чем его передача на аутсорсинг, спрос и предложение на бизнес-услуги начали расти.

«В настоящее время мировой рынок аутсорсинговых услуг достиг высокого уровня зрелости. Как следствие на рынке появилось много разнообразных типов, форм и видов аутсорсинга, среди которых важное место занимает ИТ-аутсорсинг, аутсорсинг бизнес-процессов и аутсорсинг «знаниеемких» процессов»⁸⁹.

Фокусирование финансовых и иных ресурсов в профессиональной деятельности, обеспечивали предприятиям и организациям уникальное конкурентное преимущество. Применение аутсорсинговых услуг в организации деятельности позволило производителям не только оптимизировать бизнес-процессы на внутреннем рынке, но и значительно повлияло на производительность труда и улучшение качества производимых товаров или предоставляемых услуг. Посредством аутсорсинга предприятия и организации смогли иметь доступ на услуги у лучших специалистов, привлечение которых на постоянную работу считалось дорогим и неэффективным.

⁸⁸ Аалдерс Р. М. Аутсорсинг: практическое руководство (пер. с англ.) / Р.М. Аалдерс. – М.: Альпина, 2004. – С.43.

⁸⁹ Там же. - С.57.

«Большая выгода от использования аутсорсинговых услуг, также заключается в уменьшении количества рутинных задач по управлению текущей вспомогательной операционной деятельности и как следствие высвобождение поистине драгоценного производственного времени и внимания высшего руководства предприятия»⁹⁰. Аутсорсинг для многих предприятий также начал выступать как один из элементов стратегии экономического роста за счет внешних факторов⁹¹.

На региональном, национальном и международном уровнях, конкуренция считается важным фактором содействия инновациям среди соответствующих деловых сообществ.

Бизнес-услуги растут быстрыми темпами в тех регионах, где конкурентные условия сформулированы таким образом, что основная доля добавленной стоимости создается со стороны фирм и предприятий, где сформулированы промышленные кластеры.

Таким образом, увеличение спроса на бизнес-услуги и рост числа поставщиков бизнес-услуг положительно связаны с ростом аутсорсинга бизнес-процессов, главным образом как средство сокращения внутренних затрат для повышения конкурентоспособности. Под аутсорсингом понимается коммерческая деятельность предприятий, направленная на производство товаров и услуг с привлечением внешних поставщиков⁹². Аутсорсинг бизнес-услуг является формой корпоративной реструктуризации и вертикальной дезинтеграции функций, основанных на знаниях.

Спектр аутсорсинговых услуг состоит из широкой номенклатуры коммерческих услуг, начиная от юридических услуг до услуг, связанных с ИКТ.

⁹⁰ Ефросинин Ю. Аутсорсинг как практика корпоративного управления. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://storage.piter.com/upload/contents/978544611368/> (Дата обращения - 22.09.2019 г.)

⁹¹ Шленскова С.Е. Аутсорсинг как ключевой фактор влияния на экономический результат субъектов хозяйствования сферы услуг. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/free/12/s3.pdf> (Дата обращения - 02.10.2019 г.)

⁹² Усачёв С.С. Развитие малого и среднего бизнеса на основе принципов аутсорсинга/ С.С. Усачёв // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. «Муромский институт». – Муром: 2010. - № 3. – С.135.

Хотя аутсорсинг является ключевой опорой роста бизнес-услуг, существуют и другие взаимосвязанные факторы, как инновация, которая имеет особое значение для формирования рынка бизнес-услуг. Хотя развитие бизнес-услуг на первых этапах связано с аутсорсингом, на его дальнейший рост повлиял возросший спрос на знания, основанный на услугах в качестве средства инноваций. Наряду с инновациями, которые создаются внутри компании, знания, получаемые из внешних источников, также положительно повлияли на рост данного рынка.

Рост бизнес-услуг связан с институциональным формированием рынков знаний, основанных на процессах локализованного присвоения знаний. Это привело к созданию концентрации фирм бизнес-услуг в ключевых точках, для поддержания тесного взаимодействия предприятий-клиента.

На становление и развитие рынка бизнес-услуг в значительной степени повлияли изменения экономической роли инноваций, темпов, направлений и механизмов реализации инновационных процессов. Изменившиеся взаимосвязи между наукой, технологиями и экономическим ростом являются одной из основных предпосылок формирования рынка бизнес-услуг.

Динамика и качество роста отраслей материального и нематериального производства в значительной степени зависят от технологических сдвигов в экономике на базе инноваций. «Это в свою очередь связано с интенсивным ростом инвестиций в научные исследования и разработки, технологическими и организационными инновациями и повышением экономической отдачи от них»⁹³.

Таким образом, сеть знаний является важным элементом рынка бизнес-услуг, который определяет экономический успех и конкурентоспособность поставщиков таких услуг. Эти сети представляют собой механизм, посредством которого формируются и распространяются вторичные знания.

⁹³ Комилов С. Д. Особенности инвестиционно-инновационной деятельности национальной экономики / С.Д. Комилов, Ф.М. Гафаров // Проблемы современной экономики. – Душанбе, 2018. – № 2 (66). – С.213.

Именно инновация способствовала удовлетворению широких потребностей потребителей бизнес-услуг, посредством формирования новых секторов бизнес-услуг и развивая уже существующие.

Как известно, устойчивое развитие любого предприятия и организации зависит от постоянного обновления состава и структуры предлагаемых товаров и услуг, для которых важную роль играет научно-технический прогресс. Это, в свою очередь, приведет к постоянному увеличению потока нововведений. Инновация, как итог творческой деятельности человека, способствовала появлению знаниеемких и интеллектуальных бизнес-услуг.

Инновация на предприятиях сферы бизнес-услуг является важным фактором формирования конкурентного преимущества и развития научно-технического прогресса.

Благодаря формированию рынка бизнес-услуг предприятиям и организациям стало возможно приобретать новые инновации у субъектов, находящихся в далеком географическом пространстве, особенно в дальнем зарубежье.

Поставщики бизнес-услуг считаются неотъемлемыми компонентами рациональных инновационных систем, выступая в качестве связующих агентов, соединяющих источники знаний и новаторов.

Бизнес-услуги могут выполнять ряд функций в рамках инновационных систем страны, важнейшими из которых является функция стимулятора инновации, что подразумевает поддержку фирмы-клиента в ее инновационном процессе. Кроме того, бизнес-услуги как носители инноваций, участвуют в передаче существующих инноваций от одного предприятия к другому⁹⁴.

Растущее значение внешних знаний привело к тому, что инновации воспринимаются как системный процесс, являющийся результатом как формального, так и неформального взаимодействия с другими субъектами знаний, такими как университеты, научно-исследовательские лаборатории и

⁹⁴ Garcia Q. J. What types of firms acquire knowledge intensive services and from which suppliers / J.Garcia-Quevedo, F.Mas-Verdu, D.Montolio // Technology analysis and strategic management. – Barcelona, 2013. – № 25 (4). – P. 473.

другие фирмы. Предполагается, что поставщики знаниеемких бизнес-услуг создают так называемую «вторую инфраструктуру знаний» наряду с основной или «первой инфраструктурой знаний», в которую обычно входят университеты и отраслевые научно-исследовательские институты.

Глобализационные процессы, также выступают важным фактором роста ряда важнейших секторов бизнес-услуг. Глобализация расширила масштаб рынка бизнес-услуг и открыла новые возможности для расширения ассортимента предлагаемых услуг в зависимости от специфических особенностей определенной страны и регионов мира. Использование возможностей зарубежных рынков содействовало бурному росту сектора бизнес-услуг на основе устранения торговых барьеров и улучшения условий торговли между странами. Таким образом, бизнес-услуги начали выходить за рамки определенных регионов и сегодня они связывают национальные и международные связи корпоративного обмена, что, особенно, характерно для очень хорошо известных видов бизнес-услуг, таких как юридические услуги и бухгалтерский учет. Глобальный охват рынка бизнес-услуг играет важную роль в конкурентоспособности экономики промышленно развитых стран. Кроме того, интернационализация может стать частью стратегии сокращения затрат, согласно которой поставщики бизнес-услуг перемещаются на зарубежные рынки, где затраты введения бизнеса более низкие по сравнению со странами пребывания предприятий. Кроме того, предприятия сферы бизнес-услуг часто сами передают определенные управленческие функции на аутсорсинг на международном уровне.

Взаимодействие на международном рынке приводит к более локализованным сетевым обменам, когда поставщики бизнес-услуг завершают сделки на иностранных рынках. Наряду с крупными компаниями, часто работающими на глобальном уровне, малые предприятия занимают значительную долю деятельности в большинстве сегментов рынка бизнес-услуг. Хотя деятельность многих таких предприятий ориентированы на

внутреннем рынке, но есть малые и средние поставщики бизнес-услуг которые активны и на международных рынках.

Например, в Европе примерно половина добавленной стоимости, в сегменте бизнес-услуг, создается малыми предприятиями. В некоторых областях, таких как право, бухгалтерские и управленческие услуги, а также связанные с технологиями услуги, доля малых компаний в создании стоимости еще выше. Малые предприятия широко распространены на рынке рекламных услуг, управленческого консалтинга и др. Компании в области исследований и разработок являются исключением из преобладающего размера распределения. В этой области доминируют крупные компании.

Бизнес-услуги участвуют почти на всех этапах цепочки создания стоимости. Роль бизнес-услуг в решении определенных функций предприятия приведена в таблице 1.13.

Таблица 1.13

Роль бизнес-услуг в реализации функций предприятия

Основные функции предприятия	Роль соответствующих видов бизнес-услуг в реализации функций предприятия
-управление; -администрирование.	– управленческий консалтинг; – юридические услуги; – аудит; – налоговый консалтинг; – услуги в сфере бухгалтерского учета.
-управление и организация труда персонала на предприятиях.	– подбор персонала; – обучение персонала.
- изготовление продукции; - внедрение соответствующие технологии.	- НИОКР; - промышленный дизайн; - испытание и контроль качества; - управление энергопотреблением; - защита окружающей среды.
-управление информацией.	- услуги в сфере обработки данных; - услуги связи и ИТ-услуги.
-продажа; - поставка продукции потребителю; - маркетинг.	– услуги по исследованию рынка; – рекламирование и развитие связи с общественностью; – стимулирование; – продажи товаров; – обслуживание клиентов и др.

Источник: составлено автором.

Наряду с вышеприведенными факторами технологические изменения, усиление конкуренции положительно повлияли на формирование и развитие рынка бизнес-услуг. Развитие рынка бизнес-услуг, также зависит от региональных особенностей социально-экономического развития страны.

Бизнес-услуги создают необходимые условия для эффективного функционирования обслуживаемых материальной и нематериальной сферы народного хозяйства и способствуют формированию и взаимодействию всех элементов инфраструктурного комплекса.

Наряду с названными факторами на развитие рынка бизнес-услуг повлиял ряд условий, который приведены на рисунке 4.



Рисунок 4 - Условия развития рынка бизнес-услуг

Источник: Марусева И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) / И. В. Марусева, А. В. Кокарева. 2- Изд и перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – С.123.

Вследствие быстрого роста спроса на бизнес-услуги, сокращения инвестиций в промышленное производство, сужение рынка продукции целого ряда традиционных отраслей появились благоприятные возможности для перелива капитала в отрасли бизнес-услуг. Потребности в бизнес-услугах возрастают в силу непрерывного совершенствования правовых, хозяйственно – организационных, информационно-технологических и других условий.

Таким образом, действие перечисленных факторов постепенно привело к росту сектора, что, в свою очередь, повысил его значение в экономическом развитии страны. По мере роста сектора бизнес-услуг усилилось его воздействие на структуру промышленности и сельского хозяйства, расширение производственной специализации и эффективное использование ресурсов.

Воздействие указанных факторов на развитие рынка бизнес-услуг положительно повлияло на другие отрасли экономики, такие как промышленность и сельское хозяйство посредством расширения межотраслевых и межхозяйственных взаимодействий и усиление кооперации между ними. Конкуренция на рынке бизнес-услуг, в свою очередь, стимулировала процесс диверсификации сектора бизнес-услуг и расширения спектра предприятий сферы услуг.

В свою очередь, удовлетворение потребностей предприятия на бизнес-услуги позволило предприятиям выигрывать за счет эффекта масштаба, повышения эффективности и результативности своей деятельности, основанные на опыте и знаниях поставщиков бизнес-услуг, появление новых стимулов для роста своей доли на рынке и повышение конкурентного преимущества.

Наряду с аутсорсингом, оффшоринг повысил производительность сектора бизнес-услуг благодаря перемещению деятельности предприятий сектора в страны с более дешевым сырьем и низкой заработной платой. Особенно в XXI веке наблюдалась тенденция перемещения деятельности предприятий сектора наукоемких бизнес-услуг, таких как услуги по разработке программного обеспечения, профессионального консультирования и т.д. в оффшорах. В свою

очередь, это зависит от уменьшения коммуникационных затрат для больших расстояний и расширения возможностей новых информационных технологий, которые способствуют более детальному взаимодействию и координации между предприятиями и организациями. Поэтому оффшоринг и аутсорсинг в целом во многих случаях становятся относительно менее дорогостоящим вариантом, несмотря на проблемы протяженности отношений с сектором бизнес-услуг.

Основной движущей силой бизнес-услуг является появление услуг, связанное с технологиями, наиболее яркими примерами которых являются компьютерные и информационные технологии. Быстрое повышение технологической производительности и распространение приложений в этом аспекте создают серьезную проблему для предприятий и организаций, желающих эффективно использовать эти технологии. Для того, чтобы не отставать от внедрения новых технологий, адаптировать свою деятельность к происходящим изменениям на рынке с учетом появления новых технологий, предприятиям и организациям необходимо развивать внутренние возможности в сфере использования информационных технологий, переквалифицировать свои кадры в этом направлении и приобрести существенные новые технологические знания или приобрести их с альтернативных источников, таких как предприятий сектора бизнес-услуг.

Технологические услуги многогранные, включающие поиск и установки сложных технологических настроек, необходимых для конкретных ИТ-приложений предприятий и организаций, создание нового программного обеспечения, разработка веб-страниц, консультирование в области ИТ, внедрение и запуск средств для клиентов.

Появились многие виды технологических бизнес-услуг, которые помогают клиентам в решении проблем широких аспектов их деятельности, связанные с технологическими изменениями. Некоторые из этих услуг требуют конкретных технологических знаний в области машиностроения, биотехнологии, нанотехнологии и других общих знаний в сфере применения

технологии в ежедневной хозяйственной деятельности предприятия, такие как решение проблем окружающей среды, утилизация отходов, мониторинг выбросов, проведения экологического аудита, оценка воздействия на окружающую среду и экологический дизайн и др.

В связи с этим на развитие рынка бизнес-услуг большое влияние оказал процесс расширения спектра технологических знаний. Поставщики бизнес-услуг находят, разрабатывают, объединяют и применяют различные типы технологических знаний для решения специфических проблем клиентов.

Государственное регулирование экономики в последнее время стал важным фактором роста спроса на бизнес-услуги. Для адаптации своей деятельности к требованиям законодательства страны, предприятия реального сектора экономики часто обращаются к поставщикам бизнес-услуг для предоставления правовой поддержки. Так как неопытные предприятия и организации для выполнения требований законодательства часто нуждаются в юридических и консалтинговых услугах. В частности, соблюдение экологических норм, стандартов по охране труда и технике безопасности, а также ряда аналогичных проблем, представляют собой серьезную проблему для предприятий реального сектора экономики, особенно тех, которые работают за рубежом. В этих случаях поставщики бизнес-услуг предоставляют базовую информацию, консультационные и посреднические услуги, а также оказывают помощь в обучении персонала клиентов.

На развитие некоторых видов бизнес-услуг особое влияние оказали социальные обычаи и традиции. Бизнес-услуги начали помогать предприятиям и организациям улучшить потребительское поведение, их культуру, традиции и на основе этого осуществлять свою деятельность. Услуги в сфере исследования рынка, маркетинга и связи с общественностью являются примерами таких услуг. Распространение продуктов и диверсификация потребительского спроса привели к значительному росту спроса на такие услуги. Фирмы, работающие за границей, также нуждаются в услугах об оценке инвестиционной среды той или иной страны, в которых они функционируют.

Экологические нормы и стандарты, повышение требований законодательства в сфере природоохранной деятельности являются важным фактором развития экологических бизнес-услуг, таких как утилизация отходов и предоставление услуг для реализации безотходного производства. Соблюдение таких норм и стандартов в свою очередь привело к развитию менее энергоемкого производства на основе использования энергосберегающих технологий.

Рост экономики, основанной на знаниях, также может рассматриваться как движущая сила роста бизнес-услуг. Фирмы во всех секторах признают, что их конкурентное преимущество заключается в фактических услугах, которые они оказывают своим клиентам. Это означает, что при реализации любого товара его сервисные компоненты (привлечение клиента, проектирование продукта, предпродажное и послепродажное обслуживание и утилизация отхода) играют важную роль по сравнению с самим товаром. Несмотря на то, что многие из них осуществляются производителями самостоятельно, наблюдается также рост числа специализированных поставщиков бизнес-услуг предлагающих такую поддержку.

Некоторые происходящие тенденции на рынке труда также могут выступать как фактор развития рынка бизнес-услуг. С одной стороны, нехватка навыков в определенной отрасли делает работу в секторах бизнес-услуг прибыльной, поскольку клиентам бизнес-услуг часто трудно предложить одинаковый уровень заработной платы для всех своих работников. С другой стороны, многие работники часто предпочитают изменения в рабочей силе, поскольку все больше людей хотят сделать карьеру в разных позициях, а не предпочитают стабильную «работу на всю жизнь». Оба эти фактора должны стимулировать рост бизнес-услуг.

Обобщая результаты проведенного анализа можно представить графическую связь совокупности основных факторов и сил, которые положительно влияют на формирование и развитие рынка бизнес-услуг (рис. 5).

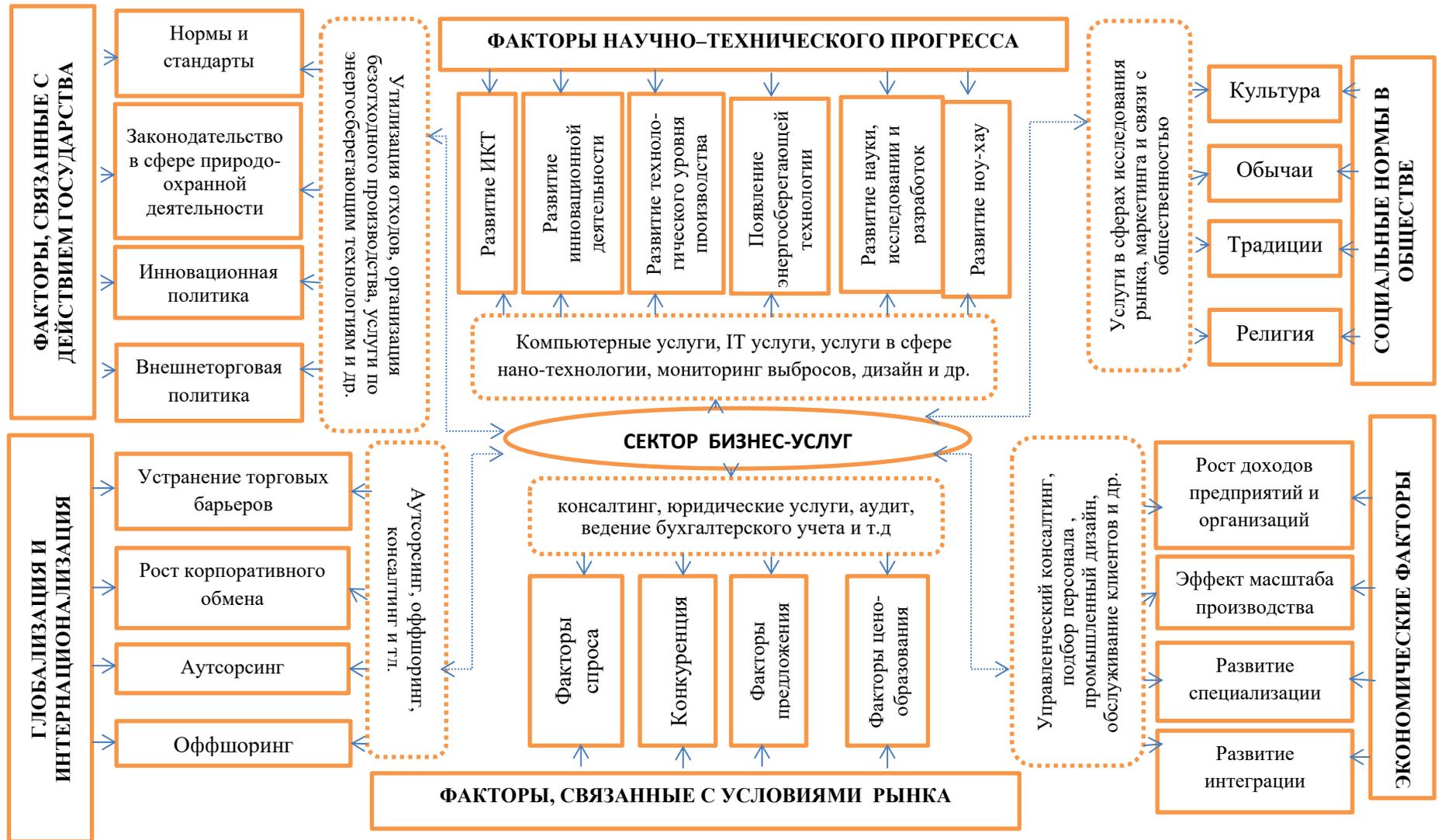


Рисунок 5 - Факторы формирования и развития рынка бизнес-услуг (составлено автором)

В приведенном рисунке выделены 6 основных факторов, влияющие на формирование и развитие рынка бизнес-услуг:

- факторы, связанные с действием государства;
- факторы научно-технического прогресса;
- факторы, связанные с социальными нормами в обществе;
- экономические факторы;
- факторы, связанные с условиями рынка;
- факторы глобализации и интернационализации.

Государство посредством разработки законодательства в сфере природоохранной деятельности, инновационной политики, внешнеторговой политики, определения экологических норм и стандартов не только создает правовое поле для функционирования предприятий сферы бизнес-услуг, но и стимулирует другие предприятия и организации приобретать такие услуги в сфере утилизации отходов, организации безотходного производства, внедрения энергосберегающих технологий и т.д.

Факторы научно-технического прогресса, такие как развитие ИКТ, инновация, развитие технологического уровня производства, появление энергосберегающих технологий, развитие науки, исследований и разработок являются основными причинами формирования и развития современных видов бизнес-услуг, таких как компьютерные услуги, IT услуги, услуги в сфере нанотехнологий, мониторинга выбросов, дизайна и др.

Значение факторов глобализации и интернационализации особенно ощутимо в сферах развития бизнес-услуг в XXI веке, когда устранение торговых барьеров, рост корпоративного обмена, развитие аутсорсинга и оффшоринга способствовали предприятиям и организациям приобрести соответствующие бизнес-услуги независимо от страны базирования. К таким видам бизнес-услуг, прежде всего, относятся бизнес-услуги в сферах аутсорсинга, оффшоринга, международного консалтинга и т.д.

Факторы, связанные с условиями рынка, такие как факторы спроса, рост конкуренции, факторы предложения, факторы ценообразования способствовали

развитию консалтинга, юридических, аудиторских услуг, услуг по ведению бухгалтерского учета и т.д.

Факторы, связанные с социальными нормами в обществе, такие как религия, традиции, обычаи, культура позволяет предприятиям и организациям более глубоко исследовать рынок, разрабатывать соответствующую маркетинговую политику, публик-релейшнз, что является причиной формирования и развития таких сегментов бизнес-услуг.

Экономические факторы, которые включают развитие интеграции, специализации, эффект масштаба производства, рост доходов предприятий и организаций повлияли на развитие таких видов бизнес-услуг, как управленческий консалтинг, подбор персонала, промышленный дизайн, обслуживание клиентов и др.

Учет выделенных факторов при формировании и развитии рынка бизнес-услуг позволяет обеспечить более высокий темп согласования социально-экономической политики, социально-культурных ценностей на направление развития рынка бизнес-услуг. Кроме того, проведенный сравнительный анализ факторов формирования и развития рынка бизнес-услуг и их систематизация и конкретизация с помощью графического изображения, базирующейся на состоянии рынка, действие государства, экономические условия и тенденции интернационализации отражает не только состояние рынка бизнес-услуг, но и позволяет определить проблемы развития сектора бизнес-услуг и пути их устранения. Успешное функционирование рынка бизнес-услуг в таких условиях возможно посредством увеличения положительного влияния данных факторов на его состояние и адаптация действий поставщиков бизнес-услуг изменении экономической среды функционирования предприятий и организаций.

ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ И ЗНАЧЕНИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

2.1. Концептуальные основы определения роли и значения бизнес - услуг в формировании экономики знаний

Исследование развития инновационных процессов в сфере услуг показывает, что фирмы, специализирующиеся в предоставлении бизнес-услуг, как носители современных технологий и передовых знаний, играют важную роль в создании инноваций и формировании экономики знаний. Независимо от того, что в научной экономической литературе имеется огромное количество исследований относительно роли бизнеса услуг в развитии инновационных процессов, относительно его значения в формировании экономики знаний, пока не достаточно исследовано. Независимо от высокого значения роли бизнес-услуг в создании добавленной стоимости в развитых странах все еще существуют концептуальные пробелы в познании роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики знаний. Исходя из этого, важная задача, стоящая перед исследователями сферы бизнес-услуг, заключается в более систематичном исследовании взаимосвязи трех аспектов данного процесса: в частности, роль и значение бизнес-услуги в формировании знаний, распространении знаний, а также развитие инновационной системы страны и его регионов.

Исходя из этого, с нашей точки зрения, становится очень важным исследование более широкого концептуального положения сектора бизнес-услуг как особой отрасли сферы услуг, специализирующейся в производстве знаний, их использовании и преобразовании в инновационный продукт. Такой подход позволяет доказать значение сектора бизнес-услуг в формировании экономики знаний и развитии его динамики.

Динамика знаний возникает благодаря изменениям в самих процессах формирования знаний и способах его развития и трансформации. Бизнес-услуги вносят существенный вклад в развитии знаний в фирмах, секторах и

территориальных контекстах посредством своих атрибутов и производства знаниеемкой продукции⁹⁵.

Динамичный рост экономических транзакций, связанных с самими знаниями, и ее трансформации в инновационный продукт определяют основную черту экономики, основанной на знаниях. Понимание динамики процессов формирования знаний, и их превращение в товар является ключевым вопросом в развитии экономики в условиях глобализации.

Для анализа роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики знаний, особенно, на уровне фирмы, сектора и страны используется ряд специфических терминологий, которые требуют своего раскрытия. К таким терминологиям относятся: «экономика знания», «социально-экономические знания» и «динамика знаний». Данные терминологии являются предметом широкого обсуждения в рамках теории организации и является эволюционно-экономическим понятием на уровне фирмы.

«Под экономикой знаний подразумевается тип экономики, ключевым фактором развития которой являются знания, сосредоточенные в человеческом капитале, и информационная среда, в которой этот капитал применяется. Это такая экономика, рост и конкурентоспособность которой обеспечиваются созданием, распространением и применением знания в форме высокотехнологичной продукции и услуг»⁹⁶.

«Социально-экономическое знание – это знание о структуре и закономерностях развития сообществ, механизмах функционирования социальных институтов и систем, условиях гармонизации общественных отношений и продуктивности экономических моделей»⁹⁷.

⁹⁵ Рой О.М. Развитие социально-экономического знания в условиях глобализации / О.М.Рой // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – М.: Ассоциация независимых экспертов Центр изучения кризисного общества, 2014.- С.51.

⁹⁶ Говорова Н.В. Экономика знаний: европейские реалии и перспективы / Н.В.Говорова // Современная Европа.- М.: 2006.-№4.-С.110.

⁹⁷ Рой О.М. Развитие социально-экономического знания в условиях глобализации / О.М.Рой // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – М.: Ассоциация независимых экспертов Центр изучения кризисного общества, 2014. – С. 53.

Динамика знаний подразумевает рост, изменение, развитие знания, конечный результат которого формируется в форме инноваций.

Поставщики бизнес-услуг (особенно наукоемкие бизнес-услуги) занимают первые ранги среди других предприятий, как представители экономики знаний. Знания для таких фирм выступают как сырье, так и готовая продукция и основная их деятельность по созданию добавленной стоимости заключается в создании, накоплении и распространении знаний с целью разработки управленческих решений организациям и предприятиям.

Рынок знаний, на котором действуют предприятия сектора бизнес-услуг является очень изменчивым рынком с высокой степенью неопределенности, связанный с различной интерпретацией понятия производительности, качества и целесообразности использования таких услуг. Таким образом, независимо от бурного обсуждения значения и роли бизнес-услуг в развитие многих секторов экономики в последнее десятилетие, некоторые потребители таких услуг еще не заинтересованы в их широком применении в своей деятельности. Это, в свою очередь, зависит от того, что в производственной практике бизнес-услуги предоставляются не только специализирующими фирмами сферы услуг, но и промышленными и производственными фирмами. Исходя из этого, понятие «сектор в сфере бизнес-услуг» не всегда представляет сектор в традиционном смысле.

В общепринятых статистических терминах критерием принадлежности фирмы к определенному сектору является продукт или услуга, которая создает большую часть добавленной стоимости фирмы. Секторы экономики также могут быть сгруппированы в зависимости от конкретных экономических и технологических условий и структур взаимодействия между фирмами и другими организациями, а также в отношении отраслевых учреждений. Тем не менее, фирмы в определенном секторе могут иметь некоторые общие и отличительные черты.

Следуя принципам управления как общей характеристики многих секторов бизнес-услуг можно рассматривать предприятия бизнес-услуг, а также

производственные и промышленные предприятия, вовлекающиеся в этот процесс как отдельный сектор экономики. Существуют три основные характеристики, которые объединяют разнородные услуги в рамках сектора бизнес-услуг.

1. Знания для предприятий сектора бизнес-услуг выступают не только как факторы производства, но и как «товар», который они реализуют. Такой товар выступает в форме неосязаемых нематериальных услуг. Специализированные экспертные знания, исследовательские и опытно-конструкторские способности работников и навыки решения проблем являются реальными продуктами предприятий сектора бизнес-услуг.

2. Предоставление таких наукоемких услуг требует глубокого взаимодействия между поставщиком и пользователем услуг и обе стороны участвуют в коммуникативно-кумулятивном процессах обучения. Использование наукоемких бизнес-услуг совершенно отличается от покупки стандартных традиционных услуг.

3. Важное свойство всех типов бизнес-услуг заключается в консультативном характере такой деятельности. Данное свойство бизнес-услуг подразумевает процесс решения проблем клиента, в процессе которого поставщики бизнес-услуг приспособливают в определенной степени свои навыки и экспертные знания к потребностям клиента, что актуализирует активизацию процесса взаимодействия между ними.

Вышеприведенные характеристики бизнес-услуг требуют определенного механизма управления взаимодействием поставщика и потребителя услуг при совершении сделки, как в рамках сектора, так и за его пределами. Между тем, в мировой практике хорошо известно, что формальные и неформальные сетевые взаимоотношения, репутация поставщиков и потребителей бизнес-услуг, долгосрочное производственно-экономическое сотрудничество между ними вместе выступают составным элементом механизма координации системы взаимоотношений между самими предприятиями бизнес-услуг, между поставщиками бизнес-услуг и потребителями.

Проектоориентированность деятельности предприятий сферы бизнес-услуг является доминирующей формой организации труда в секторе из-за гибкого характера предоставляемых индивидуальных и комплексных управленческих решений для конкретных клиентов. Хотя сетевая работа и работа на основе проектов свойственны для многих отраслей промышленности, для предприятий сектора бизнес-услуг, они являются общепринятой деятельностью.

Для более детального анализа роль и значение бизнес-услуг в формировании экономики знаний необходимо раскрыть содержание элементов и различных типов знаний в продуктах бизнес-услуг.

Считается, что интеллектуальные бизнес-услуги служат «мостами» для обмена знаниями между поставщиками данных услуг и другими организациями, а также между предприятиями самой отрасли. Таким образом, они могут выступать в роли носителей, посредников и источников инноваций в экономике. Как правило, наукоемкие бизнес-услуги предполагают тесное взаимодействие между фирмами и клиентами, что подразумевает взаимный процесс обучения.

В процессе взаимодействия предприятий сферы бизнес-услуг и их клиентов интегрируются общие знания поставщиков со специфическими или локализованными знаниями клиентов, что создает плодотворную почву для формирования инноваций. Хотя предприятия сферы бизнес-услуг не являются единственными поставщиками экспертных знаний для бизнеса, но их вклад в данной сфере очень значительный. Знаниеемкие виды деятельности относятся ко всем услугам, основанным на знаниях или опыте. Они могут быть представлены самой фирме, государственному или частному сектору экономики посредством сети без присутствия поставщиков услуг.

Растущая взаимосвязь между фирмами и предприятиями сферы бизнес-услуг в сфере создания инновационных товаров и услуг повысили место и значение бизнес-услуг в национальной инновационной системе страны в целом. Бизнес-услуги, выступая как связывающее звено в процессе генерирования и

распространения знаний, выполняют функцию посредника между органами, регулирующими инновационную систему в стране и потребителей инновационных решений.

В условиях развивающихся стран, когда роль поставщиков бизнес-услуг незначительна в процессе создания новых знаний, они могут быть фактором экономического процветания страны посредством распространения знаний между экономическими субъектами. Следовательно, в национальной инновационной системе также велико значение бизнес-услуг в распространении знаний и инноваций.

Таким образом, сектор бизнес-услуг оказывает значительное влияние в формировании и распространении знания на всех секторах экономики страны. По мере роста использования бизнес-услуг повышаются производительность труда и эффективность производства во всех отраслях экономики, начиная от сельского хозяйства до промышленности. Эффект тем выше, чем больше услуг необходимо для производства⁹⁸.

Выступая как источник знаний, в свою очередь, уровень развития рынка бизнес-услуг зависит от развития научно-технического прогресса. Наряду с этим использование бизнес-услуг в деятельности фирмы стимулирует экспортный потенциал промышленных и сельскохозяйственных предприятий.

Итоговый эффект использования бизнес-услуг в промышленных предприятиях ощущают даже обычные потребители при осуществлении закупок товаров производственного назначения, в создание стоимости которой высока доля бизнес-услуг.

Таким образом «бизнес-услуги» представляют собой целенаправленную предпринимательскую деятельность по оптимизации и рационализации

⁹⁸ Голобородько А.А. Условия и механизмы ускоренного развития сферы услуг в Республике Беларусь / А.А. Голобородько, И.В. Худякова // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – Минск: 2012. – №10. –С. 37.

процессов, протекающих в сферах производства, распределения, обмена, производственного потребления и социального управления⁹⁹.

Майкл П. сопоставляя особенности рынка бизнес-услуг с рынком товаров производственного назначения, выделяет их общие сходства, к которым относятся: меньшая численность клиентов, чем на рынке потребительских услуг, высокая сконцентрированность значительной части клиентов в определенных территориях и больших городах, высокий уровень профессионализма потребителей бизнес-услуг и т.д.¹⁰⁰.

Для рынка бизнес-услуг также характерна большая сегментация потребителей и высокая привязанность производителей к определенной группе таких потребителей. Прежде всего, это связано с ограниченностью числа заказчиков и особенностей их запроса, которое совершенно отличается от других потребителей бизнес-услуг.

Если в условиях ограниченности объема предложения наличие определенных материальных активов определило успех промышленных и иных предприятий, то сегодня в условиях бурного роста производства промышленных товаров самым важным «средством достижения конкурентного преимущества становится способность развивать существующие и создавать новые активы»¹⁰¹. Технология, которую можно приобрести, становится именно тем «чужим» опытом, о стремительном снижении потенциала которого говорят сегодня многие специалисты. При этом предпринимателю следует помнить, что купленные сегодня даже передовые технологии с момента начала освоения до получения от них максимальной отдачи уже устаревают.

Проблемы, которые сталкиваются в секторе бизнес-услуг, связаны с некоторыми социально-экономическими сдвигами (изменениями) в обществе. Ключевым фактором таких сдвигов является технология. Это связано с тем, что

⁹⁹ Большой экономический словарь. Под ред. А. Борисов 3-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Книжный мир, 2010. – С.80.

¹⁰⁰ Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2-е изд. – 2008. – С.97.

¹⁰¹ Кулапина Г.М. Особенности консалтинга как части деловых услуг / Г.М.Кулапина // Вестник Оренбургского государственного университета. Оренбург: «Оренбургский государственный университет», 2005. – № 9 (47). – С.92.

многие виды бизнес-услуг, которые традиционно были трудоемкими, по мере развития инноваций предоставляются с использованием технологий или по крайней мере ее роль в этом процессе по сравнению с трудом является значительной. Одним из таких секторов бизнес-услуг является строительный сектор, в котором многие аспекты проектирования сегодня осуществляются с использованием технологий.

Наряду с этим, необходимо отметить, что технология не только изменяет характер предоставления некоторых бизнес-услуг, но и дает широкие возможности для создания инноваций и развития новых бизнес-моделей в этом секторе.

Все эти инновации, связанные с технологией, повышают эффективность и производительность сектора. Исходя из этого, предприятия сферы бизнес-услуг занимаются постоянным совершенствованием и разработкой новых технологий и широко применяют их для выполнения заказов промышленных и иных предприятий. Другая проблема, связанная с развитием рынка бизнес-услуг, заключается в том, что на предприятиях сферы бизнес-услуг большое предпочтение дается новым сотрудникам с уклоном технологических образований. Многие работники среднего звена в сфере бизнес-услуг из-за высокого темпа развития технологий сталкиваются с проблемами потери своего рабочего места. Исходя из этого, многие предприятия сферы бизнес-услуг уделяют особое внимание развитию навыков трудового персонала на протяжении всей деятельности. Это особенно важно для тех сфер бизнес-услуг, которые нуждаются в высоких уровнях квалификации работников и практического опыта, который сформировался в результате длительного периода работы.

Доля производственных фирм, предоставляющих бизнес-услуги в некоторых странах мира, представлено в таблице 2.1.

Таким образом, изменение технологий в сфере бизнес-услуг создает дополнительные возможности для трансформации государственного и частного сектора. Роль бизнес-услуг в этом процессе существенна, так как многие

фирмы, предоставляющие бизнес-услуги, также предоставляют дополнительные услуги для внедрения этих инноваций. Это, в свою очередь, позволяет промышленным и другим производственным предприятиям заниматься предоставлением услуг в дополнение с производством основной продукции.

Таблица 2.1

Доля производственных фирм, предоставляющих бизнес-услуги в некоторых странах мира, 2018г.

№ пп	Страны	Доля производственных фирм, в%
1.	Малайзия	53
2.	Сингапур	51
3.	Испания	47
4.	Финляндия	46
5.	США	45
6.	Южная Африка	42
7.	Австрия	41
8.	Таиланд	39
9.	Нидерланды	38
10.	Германия	39
11.	Гонконг	38
12.	Канада	37,5
13.	Великобритания	35
14.	Австралия	34
15.	Италия	33
16.	Швейцария	32,5
17.	Франция	32
18.	Япония	31
19.	Тайвань	28
20.	Турция	27
21.	Бразилия	26,5
22.	Индия	26
23.	Российская Федерация	25
24.	Китай	14,5

Источник: Blaquez L, Díaz-Mora C, González-Díaz B (2020) The role of services content for manufacturing competitiveness: A network analysis. PLOS ONE 15(1): e0226411. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0226411>

Согласно данным таблицы 2.1 в странах мира, примерно, одна треть производственных фирм предлагают услуги, в частности бизнес-услуги. Такой переход предприятий от производства товаров на производство услуг можно

наблюдать в различных секторах экономики анализируемых стран. Например, издательские предприятия часто предлагают услуги в сфере образования в форме разработки научно–методических комплексов и разработки материалов для обучения и тестирования в режиме онлайн для вузов и средних школ. Или фармацевтические предприятия часто в дополнение к производству лекарственных средств выступают как поставщик услуг в области консультирования по вопросам введения здорового образа жизни, правильного питания и профилактики заболеваний.

Таким образом, важная особенность трудоустройства в секторе бизнес-услуг заключается в том, что сотрудники предприятий бизнес-услуг должны постоянно задумываться о совершенствовании своих навыков и заниматься обучением на протяжении всей жизни для того, чтобы соответствовать быстро изменяющимся требованиям работодателей в зависимости от изменения технологий. А знания являются полезным и для экономики только тогда, когда они динамичные и используются для улучшения экономической ситуации.

Сотрудники сектора бизнес-услуг помимо выполнения своих основных функций в процессе предоставления услуг выполняют широкий спектр действий, которые требуют дополнительных уровней знания. Это, в свою очередь, позволяет им получить дополнительные управленческие навыки и навыки работы со сложными программными обеспечениями.

Когда в 70-90 годы XX века доля обрабатывающей промышленности в структуре экономики развитых стран мира снизилась, происходил отток кадров от промышленности в сфере бизнес-услуг. Это позволило ряду сотрудников укрепить свою базу знаний и перейти к более перспективному сектору услуг. Но постепенно тенденция таких кадров от промышленности к сектору бизнес-услуг начала сокращаться в зависимости от того, что низкоквалифицированным кадрам сферы промышленности было трудно конкурировать с другими сотрудниками предприятий бизнес-услуг из-за нехватки соответствующих знаний и навыков.

Непосредственное социальное взаимоотношение с трудовым персоналом, партнерами, поставщиками и клиентами являются важными факторами защиты знаний в сфере бизнес-услуг.

В данном секторе риск потери сотрудника велик из-за снижения удовлетворенности персонала, неблагоприятной рабочей обстановки, разрыва отношений с определенными коллегами и т.д. Потеря сотрудника для фирмы, в свою очередь, означает потерю определенных знаний и умений, что отрицательно влияет на репутацию фирмы. Исходя из этого, постоянная мотивация является важным фактором сохранения трудового персонала в предприятиях бизнес-услуг.

Таким образом, наукоёмкие бизнес-услуги обеспечивают экономику страны такими активами, которые обеспечивают прочность функционирования деятельности хозяйственных субъектов в различных этапах их жизненного цикла.

Еще одним из причин расширения инновационной деятельности предприятий бизнес-услуг является глобализация. Сегодня для осуществления транзакции в сфере наукоемких бизнес-услуг широко используется Интернет. Глобальная сеть, также гарантирует качественное предоставление бизнес-услуг в инновационной форме, которая значительно отличается от традиционных методов предоставления бизнес-услуг.

Предприятия бизнес-услуг в условиях глобализации должны признать в том, что удовлетворение нужд международных клиентов с разными традициями и культурой требует особых социально-культурных навыков. Сектор бизнес-услуг, способствуя повышению уровней знания и навыков людей в обществе, способствует формированию более развитой экономики. Их роль как инвестор и потребитель нематериальных активов в экономике является существенным.

Рынок бизнес-услуг также играет важную роль в развитии рынка труда. Его вклад в развитии экономики проявляется не только в сокращении уровня безработицы в обществе, но и в достижении полной занятости.

Дистанционное предоставление некоторых услуг устранило все технические ограничения в торговле услугами по сравнению с торговлей товарами и значительно сократило транзакционные издержки и расстояние.

Таким образом, в условиях развития технологий высокими темпами и быстрой сменой технологических укладов значительно возрастает роль инноваций, науки, теоретических знаний и информации в развитие экономики. «Функционирование высокотехнологичного и наукоемкого производства, основанного на передовых знаниях, целиком обусловлено развитием сегмента знаниеемких услуг, основанных на высокообразованном и высококвалифицированном труде»¹⁰².

Стратегическая роль сектора бизнес-услуг обусловлена его вкладом в основанную на научных знаниях современную экономику, наращивающую новые рабочие места за счет высокотехнологичных отраслей. От доступности качественных и разнообразных услуг во многом зависит решение инвестора о размещении прямых иностранных инвестиций в той или иной стране. Сегодня сектор информационных технологий и бизнес-услуг выступают как основные инвестиционные отрасли¹⁰³.

«Сектор интеллектуальных деловых услуг посредством создания, накопления и распространения знаний способствует более динамичному и инновационному развитию не только себя самого, но и внешней среды, и потому считается одним из ключевых элементов экономики знаний»¹⁰⁴.

Важность знаний и инноваций в современной экономике подтверждается растущим интересом исследователей к изучению интеллектуальных услуг. На рисунке 6 приведены характерные особенности бизнес-услуг в зависимости от их роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики знаний.

¹⁰² Долгий В. И., Верещагина Л.С. К вопросу о характеристике наукоемких отраслей и технологий / В.И.Долгий, Л.С.Верещагина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – Саратов: 2014. – С.12.

¹⁰³ Доклад о мировых инвестициях 2015 год: Реформирование управления международными инвестициями / Конференция организации объединенных наций по торговле и развитию. ЮНКТАД. – Нью-Йорк, 2015 год. – С.9.

¹⁰⁴ Котомина О.В. Препятствия развитию сектора интеллектуальных деловых услуг в России / О.В.Котомина // Менеджмент и бизнес-администрирование. – М.:2016. – № 3. – С. 135

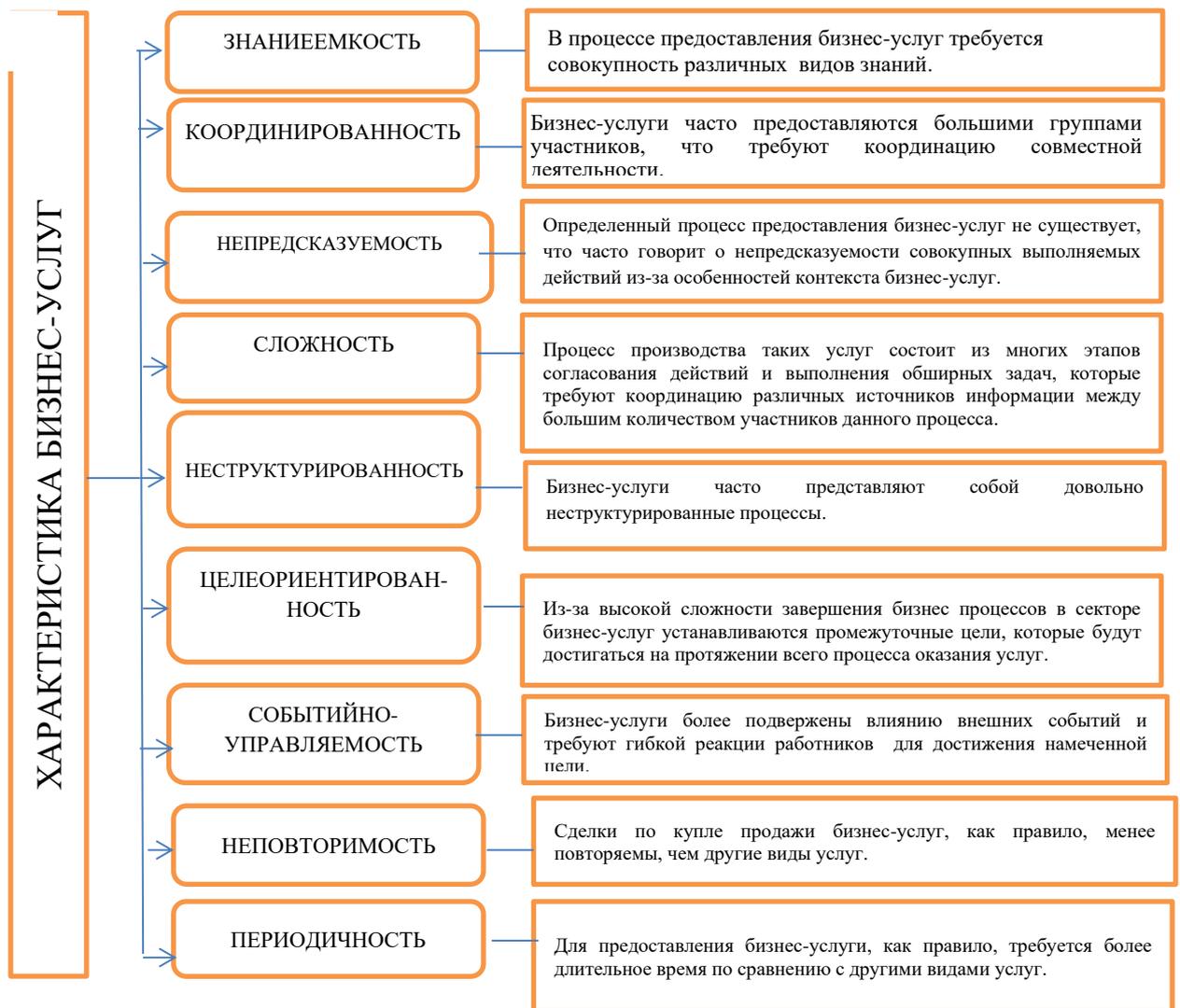


Рисунок 6 - Характерные особенности бизнес-услуг в зависимости от их роли и значения в формировании экономики знаний (составлено автором)

В зависимости от роли и значения бизнес-услуг в формировании экономики можно выделить следующие важнейшие характеристики:

– Знаниеемкость бизнес-услуг. В процессе предоставления бизнес-услуг требуется совокупность различных видов знаний. Это связано с тем, что различные источники знаний собираются для выполнения сложных работ требующих как стратегические, так и тактические знания.

– Координированность процесса предоставления бизнес-услуг. Бизнес-услуги часто предоставляются большими группами участников, что требует координацию совместной деятельности. Такая многопользовательская среда предоставления бизнес-услуг обычно связана с определенной сложностью, что требует обширной координации и обмена информацией.

– Непредсказуемость. Определенного процесса предоставления бизнес-услуг не существует, что часто говорит о непредсказуемости совокупных выполняемых действий из-за особенностей контекста бизнес-услуг или конкретной ситуации. Хотя некоторые элементы в данном процессе как объем осуществляемых затрат, продолжительность операции заранее фиксированы, способ выполнения работы зависит от конкретного обстоятельства.

– Сложность. Существует несколько показателей высокой сложности процесса оказания бизнес-услуг. Процесс производства таких услуг состоит из многих этапов согласования действий и выполнения обширных задач, который требует координации различных источников информации между большим количеством участников данного процесса.

– Неструктурированность. Бизнес-услуги часто представляют собой довольно неструктурированные процессы. Это делает трудным нахождение общей подходящей структуры выполнения бизнес-процессов.

– Целеориентированность. Из-за непредсказуемых событий, обстоятельств и высокой сложности завершение бизнес процессов в секторе бизнес-услуг, установление выполняемых задач заранее становится сложным. Оно истекает из выполнения промежуточных целей, которые будут достигаться на протяжении всего процесса выполнения функции.

– Событийно-управляемый характер оказания бизнес-услуг. Внутренние или внешние события в процессе реализации бизнес-услуг могут изменить точность и достоверность информации, что требует от работников особых навыков и гибкой реакции для достижения намеченной цели. Таким образом, из-за широкого спектра необходимой информации из разных областей и активного взаимодействия совокупность участников данного процесса бизнес-услуги более подвержены влиянию внешних событий.

– Неповторяемость. Из-за контекстуальных и ситуационных факторов, а также из-за появления внешних событий, влияющих на работников умственного труда, сделки по купле-продаже бизнес-услуг, как правило, менее повторяемы, чем другие виды услуг. Следовательно, точное воспроизводство

определенных бизнес-услуг при реализации последующей транзакции становится невозможным.

– Периодичность и временной горизонт (продолжительность процесса в будущем). Для предоставления бизнес-услуги, как правило, требуется более длительное время по сравнению с другими видами услуг. В результате выполнения операций, результаты выполненной работы переходят к другому владельцу и обе стороны не будут иметь полного представления о всех элементах завершаемой сделки.

Кроме того, бизнес-услуги оказываются достаточно реже, по сравнению с другими видами услуг и поэтому имеют стратегический характер.

Интеграция предприятий сферы наукоемких бизнес-услуг в национальной инновационной системе является важным фактором конкурентоспособности как самих фирм, так и инновационной системы страны в целом.

Вклады наукоемких бизнес-услуг в предоставление знания и ноу-хау для других предприятий часто происходит в контексте инновационной деятельности. Поскольку уровень инновационного развития фирмы зависит от объема сделки по приобретению знаний и ноу-хау извне, предприятия сектора бизнес-услуг являются важными участниками процесса разделения труда в рамках инновационного процесса. Исходя из этого, динамика знаний и ее вклад в инновационную деятельность фирм связаны со значительной степенью от приобретения наукоемких бизнес-услуг.

Для определения значения бизнес-услуг в формировании знания и инновации необходимо также проведение многоуровневого исследования в зависимости от уровня интеграции фирмы в перспективе. Такие уровни разделяются на микроуровень и мегауровень. Если в микроуровне значение инновационных процессов рассматривается в рамках фирмы, то в мегауровне важную роль играет пространственная близость поставщиков и потребителей бизнес-услуг, что является важным условием совместного производства услуг.

Очевидно, что знаниеемкие бизнес-услуги играют важную роль в передаче лучших практик и знаний в различных географических масштабах. Например, посредством глобальной сети передачи информации крупные города получают доступ к новейшим знаниям, что, в свою очередь, передают эти знания большому количеству местных фирм, расположенных в отдаленных регионах или небольших городах. Иногда, географическое разделение потребителей и поставщиков услуг является необходимым для предприятий сферы бизнес-услуг, чтобы лучше продемонстрировать свою роль в развитии экономики страны. В процессе предоставления услуг в сфере исследования и разработок потребителям бизнес-услуг, предприятия отрасли позиционируются между полюсами, имеющих прочные связи с региональными инновационными системами, которые обеспечивают интернационализацию рынка бизнес-услуг.

Вуз и научно-исследовательские институты, которые создают научные знания для национальной промышленности, очевидно, занимают особое место в системе национальной инфраструктуры знаний (рис.7).



Рисунок 7 - Место предприятия сферы бизнес-услуг в национальной инфраструктуре знания¹⁰⁵

¹⁰⁵ Составлено по: Skogli E. Knowledge Intensive Business Services: A Second National Knowledge Infrastructure?// STEP Working Paper. Norway. 1998.—28p.

Можно раскрывать роль и значение бизнес-услуг в инфраструктуре общедоступных знаний по двум гипотезам. Наукоемкие бизнес-услуги, основанные на технологиях, постепенно превращаются в общедоступную инфраструктуру знаний, после чего выполняя промежуточную роль между инфраструктурой общественных знаний и реальным сектором экономики, способствуют распространению знаний во всех секторах экономики страны.

Во многих государственных программах, направленных на инновации в промышленности, используются знаниеемкие виды бизнес-услуг для создания промежуточной инфраструктуры с целью увеличения потока знаний о технологиях и бизнес-процессах.

Предоставляемые бизнес-услуги со стороны инжиниринговых и консалтинговых фирм являются, конечно, одним из нескольких типов "связующих институтов" между учреждениями, представляющими национальные базы научных знаний и пользователями в различных отраслях экономики.

Отраслевые технологические центры, агентства по патентованию, научно-исследовательские университеты, инновационные центры и другие также играют важную роль в пропускной способности национальных знаний. В странах с переходной экономикой развитие сотрудничества между промышленными предприятиями, научно-исследовательскими и технологическими институтами, инженерные и консалтинговые компании играют важную роль в распространении знаний для бизнеса.

При рассмотрении роли и значения наукоемких бизнес-услуг в национальной инфраструктуре знаний, необходимо уточнить вид знаний, которые они предлагают. Здесь, прежде всего, роль бизнес-услуг в формировании национальной инновационной системы заключается в разработке новых научных знаний, направленных на технологические инновации. В формировании национальной инновационной системы, также роль социальных и естественных знаний значительна.

В свою очередь, необходимо отметить, что инновации - это больше, чем внедрение новых технологий и использование новой технологии также требует освоения определенных организационных знаний. В процессе предоставления бизнес-услуг также играют значительную роль бизнес-школы и отделы социальных наук, которые, в свою очередь, выступают как важная часть инфраструктуры общественных знаний. Например, консалтинг, как вид бизнес-услуг, опирается на юридические, организационные, предпринимательские, культурные и многие другие различные источники знаний и превращает их в прикладные бизнес-решения.

Исследования и разработки в их традиционном смысле по сравнению со многими наукоёмкими индустриями и высокотехнологизированными отраслями промышленности менее важны для инновации. Это связано с тем, что при долгосрочном стратегическом планировании важно ориентироваться на потребности клиента, чем новые достижения в сфере исследования и разработки. Кроме того, в условиях отсутствия финансовых ресурсов и высокой неопределенности прогресса в сфере разработки технологий, предприятия бизнес-услуг сокращают свои расходы на финансирование НИОКР. Наряду с этим, часто инновационные разработки предприятий бизнес-услуг не относятся к результатам НИОКР.

Типичная особенность сектора бизнес-услуг в формировании экономики знаний заключается в том, что разрабатывает клиентоориентированные технологии, которые имеют важное значение для развития самой отрасли бизнес-услуг. Таким образом, сектор бизнес-услуг относится к секторам отраслей производящих, распространяющих и потребляющих знания, в отличие от других отраслей экономики страны.

Наряду с этим, если мы более глубоко рассматриваем понятие НИОКР, то они подразумевают инвестирование в нематериальные активы или инвестиции в инновации. Однако, как показывает практика, сектор бизнес-услуг тратит относительно больше финансовых средств на инновации, к которым относится инвестирование в сферы ноу-хау, инвестиция в сферы формирования

человеческого капитала, обучение персонала, развитие технологии, сертификация услуг, разработка базы данных, разработка программного обеспечения, проектирование и т.д. Но из-за нехватки статистических данных в этих видах деятельности еще громко не заявляется представление наукоемкой индустрии бизнес-услуг как альтернативной формы НИОКР в рамках инновационной стратегии правительств.

Естественно, распределение знаний является результатом применения способностей создателя знаний распространять их и способности его усваивания со стороны потенциальных пользователей. Поскольку часто трудно различать эти два процесса, очень важно развитие системы взаимоотношений между всеми элементами внутри этой системы. Относительно бизнес-услуг можно отметить, что они объединяют все эти элементы вместе (рис.8.)

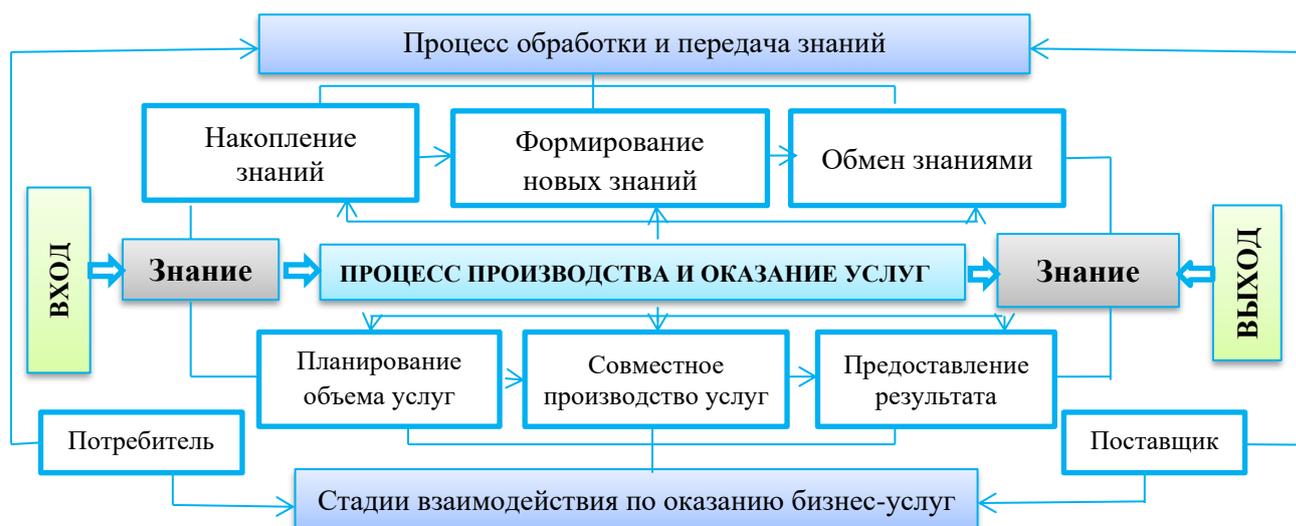


Рисунок 8 - Модель обработки знаний в рамках транзакции знаниеемких бизнес-услуг (составлено автором)

Таким образом, предприятия сферы бизнес-услуг выступают как источники входных знаний, как получатели выходных знаний и как субъекты обрабатывающие входные знания и сопроизводитель выходных знаний.

Хотя представленная модель является достаточно упрощенным, он охватывает ряд более сложных конфигураций. Таким образом, получатель знаний может обозначать отдельного клиента, группу клиентов внутри

организации или организацию клиента в целом. Здесь провайдер услуг выступает как получатель знаний в той степени, которой ему нужны для принятия итоговых решений при выполнении каждой новой транзакции. В дальнейшем поставщик может использовать эти знания как выходные данные для выполнения других транзакций.

Источником знаний также являются разнородные категории, охватывающие а) самого клиента, б) внешнюю среду клиента и в) база данных предприятий бизнес-услуг, которые сформировались при выполнении прежних транзакций. Хотя вполне возможно, что при реализации сделки по купле-продаже бизнес-услуг могут быть задействованы только один из этих компонентов.

Лицо, участвующее в процессе обработки информации может быть отдельным поставщиком услуг, проектной группой или целой организацией. Сам клиент также является участником процесса обработки информации, особенно, когда услуга производится совместно.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что фирмы специализирующиеся в предоставлении бизнес-услуг как носители современных технологий и передовых знаний, играют важную роль в создании инноваций и формировании экономики знаний. На основе анализа инновационной природы сектора бизнес-услуг выделены технические, управленческие и профессиональные знания, роль которых значительна в формировании экономики знаний. Результаты анализа сектора бизнес-услуг как отрасли производящих, распространяющих и потребляющих знаний показали, что наукоёмкие бизнес-услуги обеспечивают экономику страны такими активами, которые обеспечивают прочность функционирования деятельности всех хозяйственных субъектов на различных этапах их развития. Проведенное исследование показало, что в отличие от других отраслей экономики страны данный сектор тратит относительно больше финансовых средств на инновации в форме инвестирования в сферу ноу-хау, в сферы формирования человеческого капитала, обучения персонала, развития технологии,

сертификации услуг, разработки программного обеспечения, проектирования и т.д.

2.2. Разработка методов и моделей оценки качества бизнес-услуг в условиях рынка

В последние годы проводились много научных исследований относительно методологии, методов и моделей оценки и контроля качества услуг. В таких исследованиях была выявлена взаимосвязь между воспринимаемым качеством услуг и эффективностью бизнеса. Следовательно, оценка восприятия клиента о предоставляемой ему услуге имеет решающее значение для измерения качества услуг. Это, в свою очередь, говорит о том, что качество обслуживания и вытекающая из этого степень удовлетворенности и/или неудовлетворенности клиентов определяет возможность повторного приобретения услуг и его готовностью поддерживать долгосрочные отношения с поставщиком бизнес-услуг.

Независимо от того, что исследование относительно оценок услуг началось еще с 1980-х годов, лишь ограниченное число исследований было посвящено бизнес-услугам.

Достижение основной цели предприятий сектора бизнес-услуг – получение прибыли, основывается на развитии долгосрочных отношений с широкими группами предприятий реального сектора экономики. Исходя из этого создание и поддержание долгосрочных и выгодных отношений с клиентами является важным аспектом формирования качества бизнес-услуг.

В научной литературе различия между потребительскими и промышленными товарами достаточно проиллюстрированы. Их наиболее важные отличия связаны с покупательским поведением при приобретении промышленных и потребительских товаров. Именно учитывая покупательское поведение, производители стараются предлагать товары по качеству, которое лучше удовлетворяет их потребность. Когда речь идет о бизнес-услугах, такие различия становятся более обширными из-за фундаментальных характеристик

услуг, таких как нематериальная форма услуги, неразделимость процесса производства и потребления услуг и др.

Кроме того, четкое разделение труда и организация производственной специализации в этом процессе выступают важными факторами предоставления качественных бизнес-услуг предприятиям и организациям. Исходя из этого, выбор, оценка и принятие решений о продолжении отношений с поставщиком бизнес-услуг является сложной задачей даже для признанных поставщиков. Услуга, которую приобретают организации, часто является специфическим для конкретных предприятий и подразумевает совершенно уникальное решение конкретной проблемы.

Учитывая такое взаимодействие, исследователи разрабатывали различные инструментарию оценки и измерения воспринимаемого качества обслуживания. Тем не менее, большая часть исследований была сосредоточена на измерении качества обслуживания в потребительском секторе с использованием методики SERVQUAL, разработанной и впоследствии модифицированной Парасураманом А.¹⁰⁶.

Независимо от того, что данная методика широко применяется в потребительском секторе, однако для определения качества предоставляемых услуг предприятиям и организациям имеет свои недостатки. Исходя из этого, методологические аспекты обеспечения качества бизнес-услуг посредством измерения воспринимаемого качества обслуживания требуют проведения дополнительных исследований.

Оценка качества бизнес-услуг является сложным вопросом в экономике сферы услуг, так как она влияет не только на деятельность предприятий клиента, но и на качество обслуживания конечных потребителей. Например, предоставление некачественных логистических услуг компаний-экспортеров имеют серьезные отрицательные последствия для их репутации в коммерческой

¹⁰⁶Parasuraman A. A conceptual model of service quality and its implications for future research / A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, L.L. Berry // Journal of Marketing, Vol. 49 № 4, – P. 41.

деятельности. В частности, может привести к снижению масштаба получаемых заказов и своевременного получения платежа на предоставленные услуги.

Услуги, приобретаемые предприятиями и организациями, отличаются тем, что они предоставляются квалифицированными специалистами, чьи знания и навыки являются ключевыми элементами качества предоставляемых услуг. Стороны для более тесного взаимодействия часто встречаются и обсуждают соответствующие элементы качества предоставляемых услуг. Кроме того, процесс предоставления бизнес-услуг по сравнению с потребительскими является более сложным и требует управления большими группами показателей и процессов для обеспечения безупречного предоставления услуг.

Под качеством бизнес-услуг понимается свойства и характерные особенности услуги, которые вызывают удовлетворение предприятий и организаций его приобретающих, а также отсутствие недостатков, усиливающее чувство удовлетворения таких предприятий.

В экономической зарубежной литературе сделана определенная попытка для измерения качества бизнес-услуг с использованием различных моделей и методов оценки качества услуг. Рассмотрим некоторые из них. Говоря о методике измерения качества бизнес-услуг, нельзя не упомянуть концепцию всеобщего управления качеством (TQM – Total Quality Management), составной частью которой является организация «непрерывного улучшения качества». Главная концепция TQM исходит из того, что организация должна работать не только над качеством продукции, но и над качеством услуг, включая работу сотрудников.

В рамках исследований российских ученых, Белый Е.М. и Романов Д.И. рассматривают методологические основы качества бизнес-услуг на примере консалтинговых услуг. С учетом анализа существующих методологий ими выделены три основных подхода к оценке качества бизнес-услуг: «маркетинговый подход; подход, основанный на нахождении комплексного

показателя качества; подход, предполагающий определение интегрального показателя качества».¹⁰⁷

Маркетинговый подход подразумевает сопоставление степени оправдания ожиданий потребителя бизнес-услуг в процессе планирования его покупки с реальными восприятиями (удовлетворенности), который он получает в процессе оказания бизнес-услуги и завершения сделки.

Можно выделить три наиболее популярных методов оценки качества бизнес-услуг в рамках маркетингового подхода – модель разрывов (модель Gap), инструмент SERVQUAL и концепция зоны толерантности.¹⁰⁸

«По методике Gap оценку качества услуг производят на основе определения величины разрывов между услугой, ожидаемой потребителем, и восприятием услуги после ее оказания, причем разрыв трактуется как превышение ожиданий потребителя по сравнению с услугой, реально оказанной»¹⁰⁹.

Согласно методике SERVQUAL, качество бизнес-услуг оценивается по следующим критериям:

- 1) доступность;
- 2) коммуникабельность;
- 3) компетентность;
- 4) обходительность;
- 5) доверительность;
- 6) надежность;
- 7) отзывчивость;
- 8) безопасность;
- 9) осязаемость;

¹⁰⁷ Белый Е.М. Основные подходы к оценке качества консалтинговых услуг / Е.М.Белый, Д.И. Романов // Современные проблемы науки и образования. - Пенза: Издательский Дом "Академия Естествознания", 2013. –№1. - С.261.

¹⁰⁸ Предводителева М.Д. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе / М.Д.Предводителева, О.Н.Балаева // Менеджмент в России и за рубежом. – М.: 2005. – № 2. – С. 92.

¹⁰⁹ Белый Е.М. Основные подходы к оценке качества консалтинговых услуг / Е.М.Белый, Д.И.Романов // Современные проблемы науки и образования. - Пенза: Издательский Дом "Академия Естествознания", 2013. –№1. –С. 261.

10) понимание-знание клиента.¹¹⁰

Для оценки качества наукоёмких бизнес-услуг можно также использовать модель комплексного показателя качества.

Модель комплексного показателя качества услуг имеет следующий вид¹¹¹:

$$Q = f(P_1, P_1, \dots, P_n, a_1, a_2, \dots, a_n)$$

где, Q -показатель качества услуг;

P1-n, - единичные показатели, определяющие качество услуги;

α 1-n, - весовые коэффициенты, определяемые с помощью экспертных процедур.

Методика оценки качества бизнес-услуг по «определению интегрального показателя качества» предусматривает определение соотношения полезного эффекта получаемой от услуги к величине издержек на получение данных услуг, т.е. важным критерием оценки качества здесь выступает эффективность бизнес-услуги. Однако, необходимо отметить, что оценка экономического эффекта предоставления бизнес-услуг зависит не только от затраты покупателя, но и от умения правильного применения «приобретенных решений» в своей деятельности.

Независимо от широкого применения модели расхождения качества услуги (GAP) в прикладных научно-исследовательских работах его применение для оценки качества бизнес-услуг из-за разных уровней образования и квалификации поставщика и потребителя услуг, уровень разрыва между ожиданиями клиента и восприятием ими качества бизнес-услуг могут быть высокими, что не может способствовать достоверной оценке качества приобретаемых услуг.

«По методике GAP оценку качества услуг производят на основе определения величины разрывов между услугой, ожидаемой потребителем, и

¹¹⁰ Parasuraman A. A conceptual model of service quality and its implications for future research / A.Parasuraman, V.A. Zeithaml, L.L. Berry // Journal of Marketing, Vol. 49 – № 4. –Р. 41.

¹¹¹ Костин А.В. Квалиметрия – способ количественной оценки различных интеллектуальных продуктов / А.В. Костин, Г.Г. Азгальдов // Доклад на 18-й Методической конференции по созданию новых интеллектуальных и творческих продуктов (Москва, 21-23 июня 2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.treko.ru/show_article_2325 (Дата обращения - 30.11.2018г.).

восприятием услуги после ее оказания, причем разрыв трактуется как превышение ожиданий потребителя по сравнению с услугой, реально оказанной»¹¹².

В нем выделены 5 разрывов:

- между ожиданиями клиентов и представлением менеджеров поставщика бизнес-услуг относительно этих ожиданий;
- между представлением менеджеров относительно ожиданий клиентов и общими стандартами предоставления услуг на уровне фирмы;
- между общими стандартами предоставления услуг на уровне фирмы и реальным качеством бизнес-услуг;
- между качеством бизнес-услуг и обещаниями компаний об этих услугах;
- разрыв между ожиданиями клиентов и восприятием ими качества услуг после завершения процесса предоставления услуг.

«Последний разрыв возникает в том случае, если имеют место один или несколько из первых четырех разрывов»¹¹³.

Модель расхождения качества услуги - модель Gar схематически представлена на рисунке 9.

Кроме того, при предоставлении бизнес-услуги может наблюдаться незначительное расхождение, так как потребитель является соучастником данного процесса и в зависимости от представленной ей информации о своей проблеме качество предложенного решения со стороны поставщика услуг вполне может оправдать его ожидания. Исходя из этого, вероятность того, что качество оказанной бизнес-услуги существенно будет отличаться от ожидаемой, является минимальной. На восприятие потребителя бизнес-услуг наряду с реально получаемым результатом от приобретения услуги также могут повлиять репутация предприятий на рынке и др.

¹¹² Белый Е.М. Основные подходы к оценке качества консалтинговых услуг / Е.М.Белый, Д.И.Романов // Современные проблемы науки и образования. - Пенза: Издательский Дом "Академия Естествознания", 2013. -№1. - С.261

¹¹³ Там же.

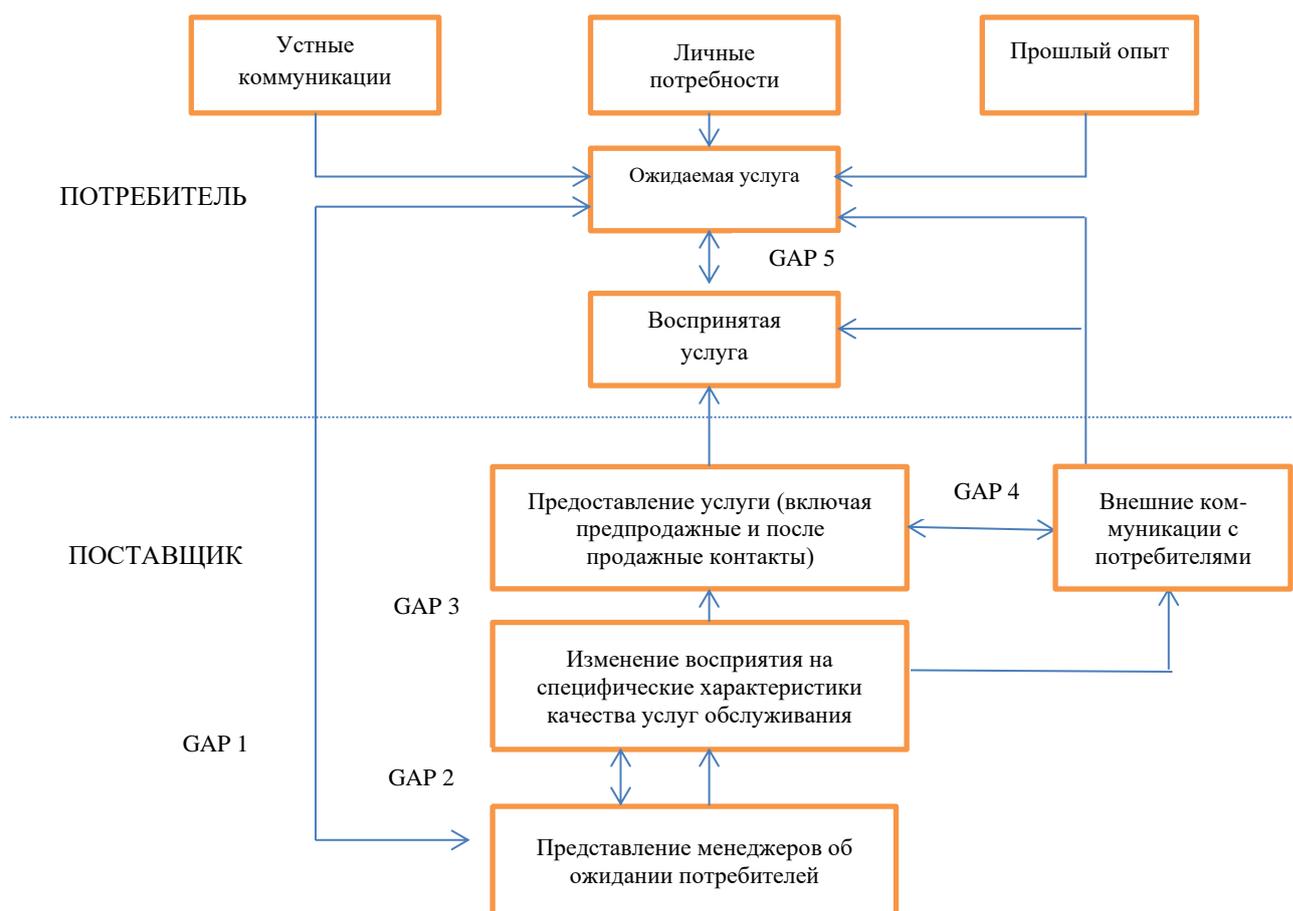


Рисунок 9 - Модель расхождения качества услуги - модель Gap

Источник: Предводителяева М.Д. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе / М. Д. Предводителяева, О.Н.Балаева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 2. – С. 90–100.

В отличие от модели расхождения качества услуги для оценки качества бизнес-услуг более широко использовалась модель SERVQUAL (сокр. от англ. service – сервис и quality – качество), которая была первоначально разработана с использованием выборки различных потребительских услуг. Модель SERVQUAL была разработана Парасураманом А., Зейтхамлом В.А. и Берри Л.Л., в 80-е гг. XX в. путем эмпирических исследований, проведенных авторами с помощью анализа опросов фокус-групп на основе разработанной ими модели расхождения.

На первоначальных этапах развития рынка бизнес-услуг измерение качества бизнес-услуг осуществлялось с использованием методов оценки SERVQUAL или одного из его вариантов. «Основное преимущество

использования методики SERVQUAL при оценке качества услуг заключается в простоте ее применения, поскольку не требует специальных сложных методик анализа. Основной недостаток данной методики заключается в том, что она не дает подробной оценки качества услуг и при этом качество оценки бизнес-услуг зависит от объективности информации, получаемой от потребителей путем анкетирования»¹¹⁴.

С момента первоначального применения метода SERVQUAL были подняты три вопроса относительно оценки качества услуг:

- психометрический характер измерения, связь между степенью удовлетворенности и качеством услуг;
- использование баллов для оценки воспринимаемого качества услуг.

Так как ряд бизнес-услуг имеет консультативный характер и требует высокого взаимодействия между поставщиками и потребителями услуг представителями действующих сторон, метод оценки SERVQUAL иногда не позволяет дать точную оценку качества бизнес-услуг.

Ряд исследователей при использовании инструмента SERVQUAL заменили термин «ожидание» термином «стандарт». Стандарты сравнения - это те стандарты, по которым клиенты формируют свои ожидания. В разных ситуациях эти стандарты сравнения могут отличаться. Например, в бизнес-услугах контракт может быть стандартом, по которому клиент оценивает эффективность услуги. Это означает, что ожидания устанавливаются договором, а затем клиент сравнивает это с фактическим качеством обслуживания.

Другим распространенным стандартом сравнения является «нормальный уровень качества обслуживания». Когда клиент использует один и тот же провайдер услуг более одного раза, он будет иметь опыт работы с услугой. Этот опыт в данной ситуации формирует основу ожиданий. К другим стандартам сравнения, упомянутые в литературе, относится достижение цели

¹¹⁴ Фадеева Н. В. Методология оценки качества услуг / Н.В.Фадеева. – Белгород: Вестник ТГТУ, 2012. Том 18. - № 2. – С.484.

потребителя, обещание клиента, соблюдение культурных норм, определенные ценности, наилучшие возможные предложения, идеальные предложения и конкурирующие предложения. Но сравнение происходит не между ожиданиями и опытом, а между опытом и стандартом сравнения.

В случае выходных показателей это может быть, например, повышение командного духа. Иногда клиент при оценке качества услуг, в основном, акцентируется на процессе обслуживания, даже не имея представления о конкретном результате, который ему нужен.

В некоторых услугах есть более осязаемые результаты. Если компания покупает услуги по исследованиям и разработкам, результатом может стать прототип. Или если компания платит строительной компании за строительство нового офисного здания, результат в значительной степени имеет вещественную форму. Проблема этих результатов состоит в том, что они настолько различны, что трудно найти общий показатель измерения качества услуг, по которому можно оценить степень удовлетворенности клиента. Таким образом, показатели качества должны создаваться отдельно для разных услуг и во многих случаях, даже для разных клиентов и разных эпизодов обслуживания, поскольку желаемый результат для определенной услуги может сильно различаться в зависимости от того, кто является клиентом и что ему нужно. В некоторых случаях клиент может даже не полностью осознавать свои ожидания.

Для тех видов услуг, которые сопровождаются вещественным результатом, можно использовать атрибуты «полезности» в качестве общих индикаторов качества, поскольку свойство «полезности» результата больше говорит об опыте работы с клиентами. Полезность и применимость конечного результата можно оценивать с использованием нескольких показателей, таких как эффективность, гибкость, обучаемость, запоминаемость, доступность, инновационность, функциональность, визуальный дизайн и др.

На рынках бизнес-услуг принципиальные различия по сравнению с потребительскими услугами заключаются в субъектах оценивающих качество

услуг. При исследовании степени удовлетворенности потребителя бизнес-услуг необходимо оценить степень удовлетворенности различных групп субъектов, деятельность которых каким то образом связана с приобретенными услугами. Несмотря на то, что отдельные подразделения предприятий и работники руководствуются целями компании, то они имеют свои собственные мотивы и цели при оценке качества услуг.

Взаимоотношение между потребителями и поставщиками бизнес-услуг носят долгосрочный и более интенсивный характер. Это говорит о том, что факторы, определяющие качество услуг на данном рынке, совершенно отличаются от потребительских услуг. Процесс изучения поставщика услуг, выбор поставщика, организация взаимодействия с ними, приобретение услуги и выплаты его стоимости часто являются сложными процессами в секторе бизнес-услуг. Исходя из этого, методика SERVQUAL, является менее эффективным при оценке качества бизнес-услуг.

В последние годы исследования, посвященные определению качества услуг стали развиваться в совершенно новом направлении. Этот период характеризуется как период перехода от статистических моделей к более динамичным моделям. Независимо от того, что статистические модели до сих пор являются полезными для определения качества услуг, однако относительно бизнес-услуг наиболее важны динамические и квалиметрические модели оценки качества услуг. Динамический подход оценивает ожидания потребителя вместе с изменениями в различных компонентах качества услуг.

Одним из наиболее важных достижений в области развития модели оценки качества услуг в последние годы является разделение показателей качества услуг на уровень «операций» и «взаимоотношений». Такое достижение являлся основой для формирования динамичных моделей качества услуг.

В большинстве исследованиях относительно качества услуг основной акцент делается на качество процесса обслуживания. Необходимо отметить, что относительно бизнес-услуг важно не только исследование процесса бизнес-

услуг в отдельности, но и результат данного процесса. Например, если компания предоставляет оздоровительные услуги во время выходных дней для сотрудников предприятий, то клиент оценивает качество услуги относительно достигнутых целей в процессе обслуживания. А настроение работника и его командный дух после возвращения к работе определяет результат предоставления услуги. Иногда бывает так, что независимо от высокого качества процесса предоставления услуг, результат может быть неудовлетворенным. Проблема оценки качества результатов различных видов бизнес-услуг состоит в том, что они настолько различны, что трудно найти общий показатель измерения качества услуг, по которому можно оценить степень удовлетворенности клиента.

Учитывая явные различия между потребительскими услугами и бизнес-услугами, также серьезную озабоченность по поводу пригодности инструмента SERVQUAL, для оценки качества бизнес-услуг, в экономической науке были предложены различные альтернативные методы и методологии оценки качества бизнес-услуг. Одним из пионерных работ в данной отрасли является работа Гронреоса С., в которой были предложены два типа воспринимаемого качества бизнес-услуг со стороны промышленных предприятий, такие как техническое качество и функциональное качество¹¹⁵. Техническое качество бизнес-услуг подразумевает основные характеристики бизнес-услуги, связанные с его применением в деятельности предприятия заказчика. В то время как под функциональным качеством подразумевалось характеристика взаимодействия между людьми из двух организаций в процессе предоставления бизнес-услуги.

Основным источником информации для данного анализа выступает опрос и анкетирование потребителей бизнес-услуги. Недостатки применения вышеприведенных методов маркетингового подхода оценки качества относительно предприятий сектора бизнес-услуг заключаются в том, что он имеет весьма субъективный характер и потребитель будет иметь представление

¹¹⁵ Gronroos C. A service quality model and its marketing implications // European Journal of Marketing. – Helsingfors, 1993. – Vol. 18 – № 4. – P. 36.

относительно качества услуг только после завершения данной сделки. Он не в состоянии заранее оценивать качество услуги разных предприятий и на этой основе выбрать конкретного поставщика услуг¹¹⁶.

Позже на основе методологии Гронреоса С., были предложены два разных, но довольно похожих методик измерения качества бизнес-услуг.

1. Оценка процесса предоставления бизнес-услуги, который подразумевает способ предоставления услуги между поставщиками и потребителями услуг с учетом осуществления системы взаимоотношений между ними.

2. Оценка результатов данного процесса, который подразумевает оценку качества нематериальных активов, приобретенных клиентом от поставщика услуг.

Другой методикой оценки качества бизнес-услуг является методика «интегративный подход к оценке качества бизнес-услуг», посредством которой оценивается способность поставщика бизнес-услуг обеспечить все необходимые средства для завершения операции по предоставлению бизнес-услуг, с учетом высокой координации всех процессов.

Позже Шмигин И. предлагал методику оценки качества бизнес-услуг по критериям оценки качества выпускаемой продукции тех предприятий, которые приобрели данные услуги¹¹⁷. Так как итоговый результат обслуживания проявляется в оправдании ожидания конечного пользователя бизнес-услуги, такой метод оценки качества считается жестким для поставщика бизнес-услуг, так как независимо от соблюдения всех правил и процедур предоставления бизнес-услуг и высокого согласования каждой операции (каждого процесса) с покупателем, степень удовлетворенности конечного потребителя может быть меньше, чем ожидает клиент.

¹¹⁶ Белый Е.М. Основные подходы к оценке качества консалтинговых услуг / Е.М. Белый, Д.И. Романов // Современные проблемы науки и образования. – Пенза: Издательский Дом "Академия Естествознания", 2013. –№1. – С.261.

¹¹⁷ Szmigin I. Managing quality in business-to-business services // I. Szmigin, European Journal of Marketing, 1993 Vol. 27 No. 1, pp. 20. –P.2.

С целью устранения недостатков данной методики, особенно в части связки качества результатов с усилиями и успехом поставщика бизнес-услуг, Халинен А. разделил показатели, определяющие качество выпускаемой продукции на две отдельные категории – качество «непосредственного результата» и качество «конечного результата». Первая категория оценивает успех провайдера в части предоставления клиенту решения его проблем, а вторая категория измеряет эффекты, которые получил клиент после реализации (применения) решения¹¹⁸.

Для измерения качества бизнес-услуг, особенно профессиональных услуг, иностранные исследователи Ву К.С., Энню С. используют модель маркетинга взаимоотношений в межфирменных сетях группы IMP- международный проект по изучению проблем промышленного маркетинга и закупок, который известен как 6 шкальная модель качества бизнес-услуг.¹¹⁹ Данная модель определяет четыре элемента обмена между предприятиями в системе взаимоотношений (обмен продуктами / услугами, обмен финансовыми средствами, обмен информацией и социальный обмен) и два элемента в более долгосрочном аспекте этих отношений (т.е. институционализация / сотрудничество и модернизация).

Использование модели IMP для исследования качества бизнес-услуг ими обосновывались тем, что она хорошо оценивает взаимодействие покупателя и продавца в процессе создания качества. Основные элементы данной модели хорошо иллюстрируют воспринимаемое качество бизнес-услуг. Модель IMP широко применялась в секторе услуг, независимо от того, что первоначально было разработано для анализа промышленных рынков.

Хотя предложенная 6 шкальная модель по оценке профессиональных услуг проходила ряд успешных экспериментов, однако невозможно ее использовать для всех видов бизнес-услуг, в частности для операционных

¹¹⁸Halinen A. Exchange relationships in professional services: a study of relationship development in the advertising sector / A. Halinen. Turku: Turku School of Economics and Business Administration,. 1994,– P.87.

¹¹⁹ Woo K.S. Measuring business-to-business professional service quality and its consequences / K.S. Woo, C.T. Ennew // Journal of Business Research. – Hong Kong, 2005. –Volume 58, Issue 9, – P.1179.

бизнес-услуг, которые предоставляются промышленным предприятиям. По сравнению с данной методикой, методика INDSERV (от английских слов: Industrial – промышленный и service – услуга), предложенная и разработанная Гунарисом более широко охватывает большинство видов бизнес-услуг.



Рисунок 10 - Показатели качества бизнес-услуг по методике INDSERV

Источник: Составлено автором на основе: Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг / В. Белобжецкий // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. –Москва. Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка. – № 1, 2012, – С.374-379

Когда Гронреос С. впервые представил концепцию воспринимаемого качества бизнес-услуг, другие авторы совершенствовали его методологию, прибавляя различные дополнительные элементы, раскрывающие качество бизнес-услуг. Однако, до сегодняшнего дня интегрированный подход к оценке качества бизнес-услуг, который может охватить все аспекты процесса предоставления услуг, не разработан.

Для решения данной проблемы позже в рамках своих исследований Гунарисом С.¹²⁰ была сделана попытка восполнить этот пробел посредством разработки и проверки модели измерения воспринимаемого качества услуги в

¹²⁰ Gounaris S. Measuring service quality in b2b services: an evaluation of the SERVQUAL scale vis-a-vis the INDSERV scale / S. Gounaris // Journal of Services Marketing. –Emerald Group Publishing Limited. 2005, –№19/6 –Р. 421.

контексте «бизнес для бизнес». Основой для их методологии являлся многоуровневый подход оценки воспринимаемого качества услуг.

В предложенной методике Гунариса С. воспринимаемое качество бизнес-услуг рассматривается как конструкция второго порядка, состоящая из четырех показателей:

1. Потенциальное качество;
2. Качество сложных процессов предоставления услуг;
3. Качество простых процессов предоставления услуг;
4. Качество конечного результата;

Потенциальное качество оценивает первичные (априорные) элементы, которые необходимы поставщику бизнес-услуг для предоставления таких услуг, как наличие адекватного персонала, необходимое оборудование и философия управления и др. Можно сказать, что эти величины являются априорными входными данными в процессе обслуживания клиента.

Качество сложных процессов предоставления бизнес-услуг (качество жесткого процесса) раскрывает цель предоставления услуг, решение поставленных задач в этом процессе и характеризует процесс предоставления фактических услуг и связанные с ними оценки качества.

Качество простых процессов предоставления бизнес-услуг (мягкое качество процесса) характеризует проблемы, связанные с системой взаимоотношений между предприятиями, предоставляющими и приобретающими услуги, которое ориентировано на оценку деятельности сторон соглашения и качества взаимоотношения между ними при реализации сделки купли-продажи услуг.

Качество результата (продукции) по сути является итоговой зависимой переменной в поставке услуг между предприятиями и определяет относительное влияние услуг поставщика на такие аспекты деятельности клиента, как повышение рентабельности предприятия клиента, достижение его стратегии и способность его функционирования.

Шмигин И. также предложил измерение качества бизнес-услуг, ссылаясь на оценку клиентом конечных результатов по жестким и мягким параметрам¹²¹. Различие между качеством непосредственных результатов предоставления бизнес-услуги и конечным результатом заключается в том, что первое понятие (непосредственный результат) связано с успехом поставщика относительно решения проблем клиента. Второе понятие (конечный результат) описывает эффекты, которые предлагаемое решение создало для клиента после его реализации (эффект который принес получаемое решение для клиента).

Важным элементом оценки качества бизнес-услуги является потенциальное качество, под которым подразумевается совокупность свойств (способностей) поставщика бизнес-услуг, которые необходимы для предоставления таких услуг. Такие способности поставщика бизнес-услуг оцениваются потребителем еще до процесса выбора поставщика услуг и началом организации взаимодействия с ним. Оценка таких способностей поставщика услуг качественно и своевременно предоставлять запрошенную услугу является значительно сложным для промышленных и иных предприятий¹²².

Качество сложных процессов предоставления бизнес-услуг характеризует все то, что выполняется в процессе предоставления бизнес-услуг, когда простые процессы подразумевают то, что бизнес-услуга предоставляется в процессе обслуживания клиентов. Оба эти элемента (показатели) качества описывают сам процесс обслуживания, причем первый относится к проектированию процесса предоставления бизнес-услуги. В процессе проектирования определяются все рамки действия поставщика услуг, которые уже необходимо соблюдать при предоставлении услуги. Данный показатель качества бизнес-услуг ближе к понятию «техническое качество» бизнес-услуги. Второй показатель относится к обслуживающему персоналу и

¹²¹Szmigin I. Managing quality in business-to-business services // I. Szmigin, European Journal of Marketing, 1993. – Vol. 27 № 1, –P. 18.

¹²² Лансков Д.П. Анализ качества услуг как необходимое условие повышения конкурентоспособности организаций сервиса / Д.П. Лансков // Экономические науки. –М. ООО «Экономические науки». –№: 74 –С.138.

системе их взаимодействия с сотрудниками предприятий клиента и оценивает общие элементы взаимодействия между менеджерами двух компаний, такие как понимание потребностей клиента и выбор соответствующего персонала для совместного производства услуг, раскрытие необходимой информации и т.д. В процессе предоставления бизнес-услуг важна широкая система взаимоотношений и обмен данными для получения плодородных итоговых результатов. Все это доказывает важность измерения качества простых процессов предоставления услуг (мягкого качества).

В дополнение к системной концепции «вход → процесс → выход» могут также возникнуть межпроцессные эффекты. В частности, показатели мягкого качества процесса могут влиять на значение жесткого качества процессов. Согласно теории социального обмена, успех взаимодействия поставщика и потребителя бизнес-услуг зависит от взаимно приобретенной выгоды. Согласно данной теории, при осуществлении взаимодействия потребитель услуг старается максимизировать выгоду и минимизировать издержки в общении, что говорит о его активной роли в создании качества услуг.

На основе анализа теоретических и методологических основ оценки качества бизнес-услуг можно сделать вывод о том, что по сравнению с потребительскими услугами для бизнес-услуг наиболее подходящим вариантом является использование методики INDSERV, так как она более точно оценивает восприятие, которые получает клиент от приобретения бизнес-услуги. «Этот метод позволяет избежать негативного воздействия дифференциального подхода на достоверность данных, полученных в результате применения метода. Для этого из процедуры измерения качества сервиса исключена стадия измерения ожиданий потребителей»¹²³.

Грегори Дж. Л. при исследовании преимуществ и недостатков использования методики INDSERV для оценки качества услуг, отмечает, что структурное построение методики INDSERV открыто для некоторых

¹²³ Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг / В.Белобжецкий // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – М.: Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, 2012. – №1. – С –386.

дискуссий¹²⁴. По его мнению, если перестроить структурное построение модели INDSERV с указанием взаимосвязи основных его элементов, то можно дать более качественную оценку бизнес-услугам. В таком случае отдельные элементы модели INDSERV выступают не только как показатель одного фактора, но и показатель эффективности функционирования целой системы оценки качества услуг. С учетом этого, он перестроил данную модель в следующем виде (рис.11).

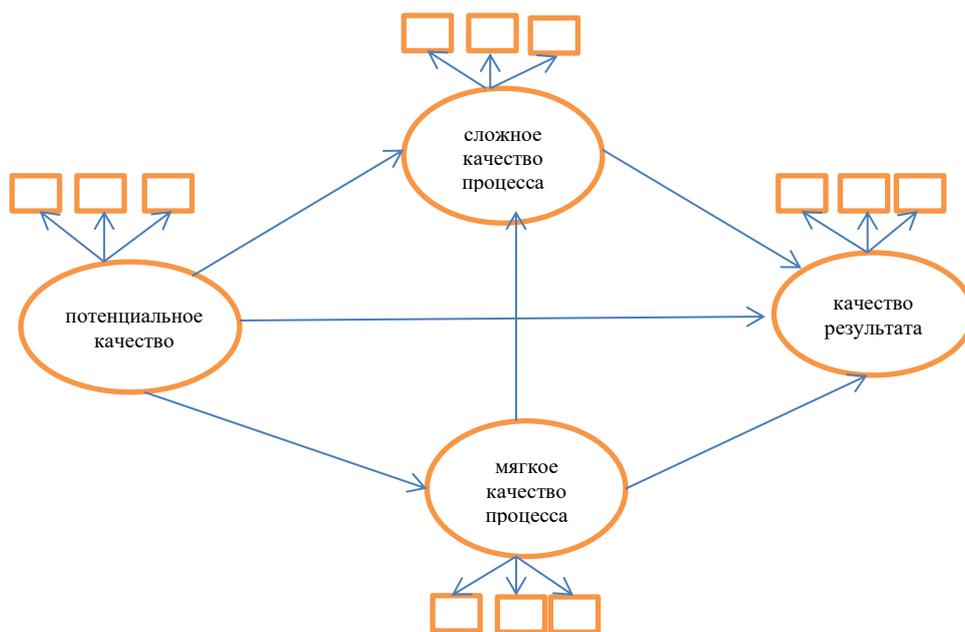


Рисунок 11 - Построение модели INDSERV с учетом взаимосвязи основных его элементов

Источник: Gregory J.L. Measuring business-to-business customer service: A structural re-examination of the INDSERV scale / J.L. Gregory // African Journal of Business Management, 2011.– Vol. 5(8), –P. 3180

В представленной форме учтены два важных фактора:

а) такое размещение факторов, определяющие качество бизнес-услуг предполагает, что измерение отдельных элементов качества услуг могут осуществляться в разных процессах и разное время предоставления целого комплекса услуг;

б) в отличие от фундаментальных представлений данной модели в представленном варианте Грегори Дж. при переходе с первого этапа

¹²⁴ Gregory J. L. Measuring business-to-business customer service: A structural re-examination of the INDSERV scale / J.L.Gregory // African Journal of Business Management, 2011.– Vol. 5(8), –P. 3179.

предоставления услуг на следующий этап полезность прежних элементов качества услуг не уменьшается. В прежнем варианте при переходе от одной шкалы к другой потенциальная полезность прежних процессов существенно может снижаться. Кроме того, в ранее представленной форме INDSERV не учитывалось прямое взаимодействие между основными элементами.

Для бизнес-услуг очень важно точное и достоверное измерение всех элементов, раскрывающее системы взаимоотношений с клиентами. Контракты в сфере «Бизнес для бизнеса» часто бывают исключительно крупными и долгосрочными. Разрывы в таких отношениях с потребителями могут сильно повлиять на продажу бизнес-услуг и, наоборот, улучшение таких связей может создать большую ценность для поставщика бизнес-услуг.

Наряду с этим, необходимо отметить, что хотя методика INDSERV - это многообещающий прогресс в оценке качества услуг, но не механизм совершенствования качества услуг, поскольку он представляет собой единую, хотя и сложную конструкцию, возможно и менее полезную для всесторонней оценки способности поставщика услуг, т.е. рассмотрение только качества обслуживания недостаточно, что говорит об общем опыте работы с клиентами, поскольку обслуживание является лишь одним аспектом работы с клиентами. Это также относится к так называемым чистым услугам, которые не дают видимых результатов. Тем не менее, компании всегда покупают определенный результат при покупке услуг и этот результат необходимо учитывать также при оценке качества обслуживания клиентов.

Хайди Р. отмечает, что наряду с качеством процесса обслуживания и качеством конечного результата важными составляющими качества бизнес-услуги является качество взаимоотношений с клиентами¹²⁵. Такой элемент качества бизнес-услуг сильно влияет на качество обслуживания клиентов. Многие предприятия работают с такими поставщиками бизнес-услуг, которые готовы предоставить им услуги в долгосрочной перспективе, так как это дает

¹²⁵ Heidi R. From B-To-B service quality to customer experience / R. Heidi // Journal of Service Science. 2009, –Volume 2, № 1. –P. 35.

больше преимущества фирмам, по сравнению с работой с новыми поставщиками. Таким образом, взаимоотношения с клиентами являются ценными индикаторами купли продажи бизнес-услуг и качество взаимоотношений с клиентами влияет на общее взаимодействие с клиентами в деловых отношениях.

Исходя из этого, Хайди Р. предлагает модель оценки качества бизнес-услуг, раскрывающая три аспекта качества: качество обслуживания, качество результата и качество взаимоотношений. Данная модель представлена на рисунке 12.

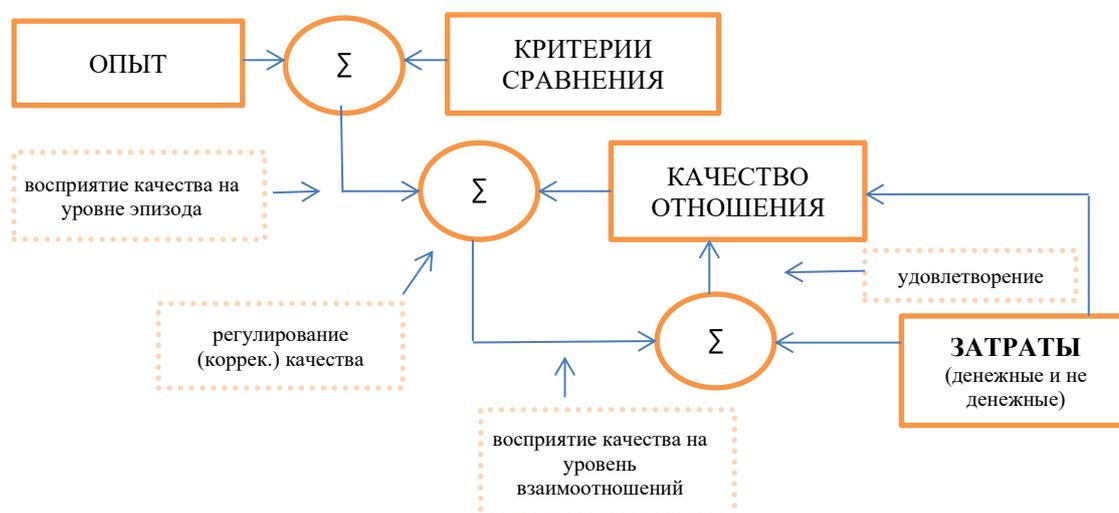


Рисунок 12 - Модель оценки качества бизнес-услуг по показателям «качество обслуживания», «качество результата («продукта») и «качество взаимоотношений».

Источник: Heidi R. From B-To-B service quality to customer experience // Journal of Service Science – 2009, –Volume 2, –№ 1. –Р.35.

Как показывает приведенная модель восприятия качества услуг, долгосрочные деловые отношения строятся на всех этапах обслуживания клиента. Деловые отношения строятся на основе действий, этапов, последовательностей и отношений. Модель Хайди Р. начинается с уровня эпизода, как другие модели качества услуг, затем переходит на уровень оценки качества отношений.

Действия - это отдельные инициативы фирмы, такие как телефонный звонок или посещение завода. Эпизоды - это серии действий, которые формируют конкретные бизнес-процессы. Кроме того, несколько эпизодов образуют последовательности, а из последовательностей строятся отношения с клиентами.

Данная модель представляет собой новое сочетание существующих теорий о качестве услуг, качестве отношений и удовлетворенности клиентов. Существует множество исследований по всем этим вопросам, но в основном они изучаются отдельно. Это исследование объединяет в себе конструкции и позволяет нам более широко понимать опыт работы с клиентами. Сама модель не была проверена эмпирически и это является важной задачей для дальнейших исследований.

Рассматриваемая модель качества услуг состоит из четырёх частей. Во-первых, проводится оценка качества эпизода услуг в виде качества отдельных встреч с поставщиком услуг относительно организации процесса предоставления услуг и ожидаемых результатов.

Некоторые исследования в области качества обслуживания также показали, что ожидания во всех видах услуг не оказывают такого большого влияния на воспринимаемое качество обслуживания, как предполагает определение качества обслуживания. При постоянном потреблении определенных услуг ожидания относительно их качество приравнивается к восприятию. Некоторые исследователи также обнаружили, что производительность лучше объясняет качество услуг.

Таким образом, проведенное исследование методологических аспектов оценки качества бизнес-услуг в условиях рынка показывает, что в большинстве существующих методик оценки качества бизнес-услуг уделяется мало внимания наличию элементов инновации в этапе планирования сделки, в процессе предоставления бизнес-услуг и после завершения сделки купли продажи услуг. Хотя при оценке качества результата учитывается такой критерий, с учетом знаниеемкости многих видов услуг, мы считаем важным

включение данного параметра оценки качества бизнес-услуг во все этапы реализации операции по купле-продаже услуг, поскольку бизнес-услуги являются не только накопителем знания и инноваций, но и также создателем, и распространителем знаний. Наличие элементов инновации в компонентах бизнес-услуг широко используются предприятиями данной сферы для формирования конкурентного преимущества.

Исходя из этого, при оценке качества бизнес-услуг, по нашему мнению, следует дать особое предпочтение доли инновации в общих затратах фирмы во всех этапах предоставления услуг. На основе вышеизложенного для измерения качества бизнес-услуг с учетом наличия элементов инновации (доля инновации) предлагается следующая методика:

$$QBS = \frac{\alpha \sum_{i=1}^n X_i + \beta \sum_{j=1}^m X_j + \gamma \sum_{k=0}^o X_k^P}{nto}, \quad (1)$$

или

$$QBS = \frac{\alpha \sum_{i=1}^n X_i + \beta \sum_{j=1}^m X_j}{nt} + \frac{\gamma \sum_{k=0}^o X_k + \delta \sum_{l=0}^p X_l^R}{op}, \quad (2)$$

где,

QBS-качество бизнес-услуг;

$\alpha, \beta, \gamma, \delta$ –доля инновации в соответствующих элементах качества бизнес-услуг;

X_i –средняя взвешенная i -й функциональной и нефункциональной характеристики потенциального качества бизнес-услуг;

X_j - средняя взвешенная j -й функциональной и нефункциональной характеристики качества процесса предоставления бизнес-услуг;

X_k - средняя взвешенная k -й функциональной и не функциональной характеристики качества результата предоставления бизнес-услуг;

X_l - средняя взвешенная l -й функциональной и не функциональной характеристики качества отношения во всех этапах предоставления бизнес-услуг;

R-вектор приоритетности.

Таким образом, предложенная нами методика позволяет оценить качество бизнес-услуг с учетом наличия элементов знания и инновации во всех этапах предоставления услуг. Поскольку долгосрочные деловые отношения между организациями и предприятиями строятся на многих этапах, включающие различные последовательности оценки наличия элементов инновации во всех этих этапах позволяет определить знаниеемкий характер бизнес-услуг. Согласно данной методике в зависимости от видов бизнес-услуг показатели, определяющие наличие элементов знания и инновации в общих компонентах бизнес-услуг будут создаваться индивидуально на разных этапах предоставления бизнес-услуг в зависимости от требований различных групп потребителей данных услуг, поскольку желаемый результат для определенной услуги зависит не только от доли инновации и знания в результате предоставления услуг, но и от этапов его планирования и предоставления.

2.3. Методологические подходы к оценке производительности бизнес-услуг в условиях рыночной экономики

Вопросы измерения и оценки производительности труда является одним из широко обсуждаемых тем и в настоящее время в экономической науке разработана совокупность различных методов, применяемых для оценки и измерения производительности в производственном секторе и сфере услуг. Однако, независимо от накопления обширного и разнообразного опыта в области практического измерения производительности труда в сфере услуг вопросы измерения производительности в секторе бизнес-услуг требуют проведения дальнейшего исследования. Это обусловлено расширением спектра бизнес-услуг и повышением доли знаниеемких услуг, который требует разработки единого подхода измерения производительности.

Следовательно, оценка производительности бизнес-услуг является серьезной теоретической и практической проблемой, которая часто дискусируется исследователями различных направлений науки. Несмотря на

большое количество исследований, трудно однозначно определить понятие производительности бизнес-услуг и методов его измерения.

На первый взгляд для оценки производительности бизнес-услуг можно использовать методику оценки производительности производственных организаций, которая рассчитывается как соотношение объема выпущенной продукции (услуги) на затрат с учетом обеспечения соответствующего уровня качества товара. И с учетом этого, в науке было сделано множество попыток для измерения производительности сектора бизнес-услуг с использованием соотношений показателей, иллюстрирующие результаты деятельности предприятий сферы бизнес-услуг на количественных показателях затрат. Однако такие попытки не всегда были успешными. Есть две причины, которые не позволяют использовать методику измерения производительности производственного сектора для сектора бизнес-услуг. Первая причина заключается в том, что производительность сектора бизнес-услуг, как и другие отрасли сферы услуг, состоит не только из количественных элементов, но и из качественных. Вторая причина заключается в том, что показатели качества бизнес-услуг и производительность бизнес-услуг во всех секторах услуг тесно взаимосвязаны. Наряду с этим, участие клиентов в процессе предоставления бизнес-услуг, в свою очередь, играет важную роль в повышении производительности услуг. Таким образом, показатели производительности в секторе бизнес-услуг во многих случаях могут быть вычислены только путем измерения показателя формирования качества.

В общем виде можно определить производительность бизнес-услуг как способность предприятий сферы услуг использовать имеющиеся ресурсы для предоставления услуг с таким уровнем качества, который соответствует ожиданиям клиентов.

Следовательно, при оценке производительности сектора бизнес-услуг нельзя отделять вопросы качества услуг от количества предоставляемых услуг, так как невозможно отделить влияние процесса обслуживания на обычную производительность и на качество обслуживания. Исходя из этого, как

количественные аспекты, так и качественные аспекты производительности услуг должны рассматриваться вместе, чтобы измерять общую производительность предприятий сектора. Так, производительность в секторе бизнес-услуг (ПБУ) измеряется следующим образом:

$$\text{ПБУ} = \frac{\text{Количество предоставляемых услуг и их качество}}{\text{Количество затрат и качество затрат}}$$

Для того, чтобы лучше понимать суть производительности в секторе бизнес-услуг, считаем важным раскрыть количественные и качественные параметры данного процесса.

Количественный аспект производительности бизнес-услуг идентичен к производительности товаров и измеряет соотношение достигнутого результата на затраченные материалы, труд и капитал. Предприятия сферы бизнес-услуг нуждаются в больших капиталовложениях в человеческом капитале, поэтому в некоторых секторах бизнес-услуг производительность может быть ниже, чем в сфере производства. Исходя из этого, многие поставщики бизнес-услуг инвестируют в технологии в качестве альтернативы использования рабочей силы. Это позволяет им повысить производительность сектора посредством повышения объема инвестирования в технологии из общего объема входных капиталов.

Таким образом, объем предоставленных услуг, количество и качество материальных и иных ресурсов в этом процессе являются основными факторами измерения производительности сектора бизнес-услуг. Если предлагаемая услуга состоит из одного или нескольких стандартизированных компонентов, то такая методика подходит для измерения производительности бизнес-услуг. Однако выходные результаты могут состоять из ряда стандартизированных услуг, адаптированных для отдельных клиентов (например, в случае уникального пакета услуг). В этих условиях определение производительности бизнес-услуг становятся сложными.

Для поставщика бизнес-услуг стратегически важно иметь достаточное количество ресурсов, чтобы удовлетворить большие запросы производственных и иных предприятий. Такая стратегия ориентирована на

количество предоставляемых услуг. Однако, с точки зрения клиента, объем выпуска услуги вряд ли является существенной проблемой, поскольку клиент обычно покупает только одну единицу продукции (например, услуги в сфере бухгалтерского учета) или один пакет услуг (например, аудит финансово хозяйственной деятельности предприятия). Поэтому клиент склонен отдавать предпочтение не количеству, а качеству услуг или обоим показателям вместе взятых. Тем не менее, фактический объем операций определяется изменением спроса во времени. Как следствие, коэффициент производительности процесса предоставления бизнес-услуг может сильно варьироваться от одного периода времени к другому, если он измеряется как количественный коэффициент.

Из-за различий в общем объеме спроса в различных промежутках времени поставщику услуг приходится решать две основные проблемы, связанные с количественным аспектом производительности – максимально возможный объем оказания услуг и планированный объем предоставления услуг.

По сравнению с количественным аспектом производительности качественный аспект является наиболее трудным для измерения. Так как, существует гуманистический подход к качеству услуг. С одной стороны, мы должны уделять больше внимания клиентам, персоналу, руководству и культуре, а с другой стороны осуществлять технический надзор к управлению операциями, обращать внимание на статистику и методам измерения производительности. Говоря о качестве услуг, можно также говорить о физическом качестве, интерактивном качестве и корпоративном качестве или качестве процесса и результатов. Также можно оценивать качество услуг по входным и выходным параметрам.

Поэтому можно сделать вывод о том, что выходные данные состоят из полного предложения услуг с точки зрения качества, а входные данные включают как материальные, так и нематериальные элементы. Выходные данные в форме качества - это то, за что платит клиент, что в основном является нематериальным и может быть трудным для измерения.

Выходные элементы при оказании бизнес-услуг включают решение проблемы клиента (полное предложение бизнес-услуг) с учетом соблюдения соответствующего уровня качества, а входные данные состоят из совокупности материальных и нематериальных компонентов, которые необходимы для оказания бизнес-услуг. Выходные данные в виде качества включают все то, за что платит клиент (решение за которого платит клиент), и они, в основном, являются нематериальными и могут быть трудными для измерения.

Качество бизнес-услуг обычно определяется как воспринимаемое клиентом качество, под которым понимается индивидуальная оценка получаемой ценности в результате предоставления всего спектра бизнес-услуг, и существует разница между ожидаемым качеством обслуживания и фактическим качеством обслуживания. При покупке услуг внимание клиентов часто ограничивается небольшим количеством материальных ресурсов. Физическая среда - здания, офисы и дизайн интерьера влияют на убеждения клиентов, их отношения с поставщиками и степень их удовлетворенности и дает возможность оценить способности поставщика для предоставления таких услуг. Наряду с этим качество отношений трудового персонала с клиентом, стиль их общения, форма одежды, навыки и мастерство предоставления услуги играют важную роль в формировании доверия клиента.

Бизнес-услуги требуют большого количества персонала, а это означает, что качество, предоставляемое клиенту услуг, по сути является результатом работы персонала. Когда предприятие будет ориентировать все свои действия на обслуживание клиентов, а руководство будет поддерживать, как сотрудники, так и клиенты получают более успешные результаты.

Часто поставщики бизнес-услуг привлекают клиентов в процессе предоставления услуг. Клиент в таких случаях используется как бесплатный ресурс, которого также следует учесть при измерении производительности бизнес-услуг. Исходя из этого, при измерении производительности, вклад клиента бизнес-услуг нельзя рассматривать в отрыве от процесса оказания таких услуг.

Другим важным нематериальным ресурсом при предоставлении бизнес-услуги является культура обслуживания. Участвуя в процессе предоставления услуг, клиенты влияют на нее и даже создают воспринимаемую культуру обслуживания. Высокие уровни нематериальности требуют создания имиджа поставщика услуг и навыки обслуживания в том уровне, который позволяет сформулировать доверие клиента и его положительное впечатление о качестве бизнес-услуг. В долгосрочной перспективе имидж поставщика бизнес-услуг зависит, главным образом, от того, что какие услуги на самом деле он предоставляет клиентам, но в краткосрочной перспективе имидж можно использовать в качестве инструмента для создания новой реальности.

Производительность сферы услуг сильно зависит от быстро развивающихся технологий и автоматизации услуг¹²⁶. При автоматизации процесса предоставления бизнес-услуг, клиенты вместо того, чтобы взаимодействовать с персоналом поставщика услуг, совершают сделки с помощью банкоматов или компьютеров. Есть пять основных причин для использования информационных технологий в процессе предоставления бизнес-услуг.

1. Сокращение производственных затрат посредством замены рабочей силы на информационные технологии.
2. Стандартизация процесса предоставления бизнес-услуг.
3. Повышение доступности бизнес-услуг (предоставление круглосуточного доступа к услугам).
4. Привлечение клиентов в процессе предоставления услуг.
5. Влияние на отношения с клиентами и персоналом и их поведение.

На рисунке представлена обобщенная концепция производительности сектора услуг (рис.13).

¹²⁶ Малышев Д.С. ИТ-технологии и автоматизация как факторы повышения производительности труда на промышленных предприятиях / Д.С. Малышев // Цифровая трансформация промышленности: тенденции, управление, стратегии. –Екатеринбург, 2019. – Институт экономики Уральского отделения. –С.341.

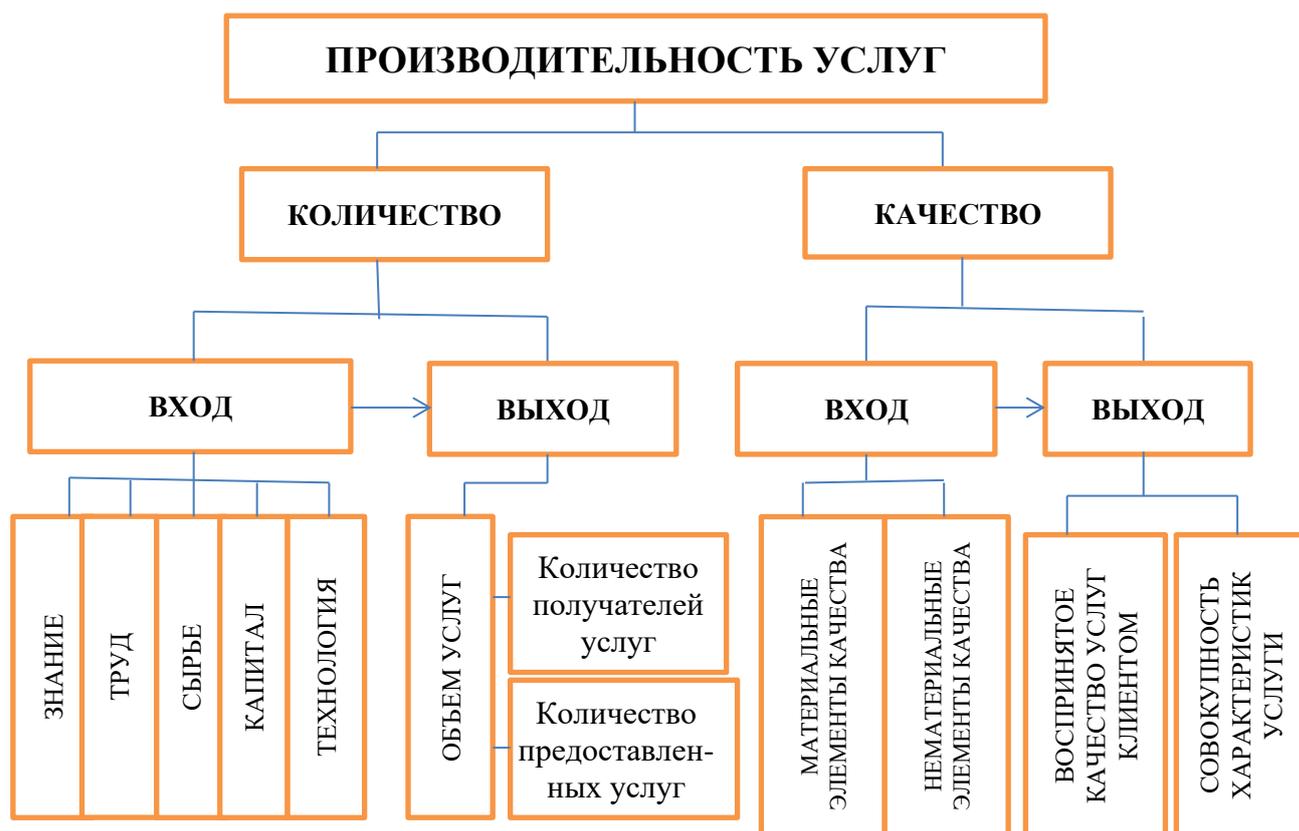


Рисунок 13 - Показатели раскрывающие производительность сектора бизнес-услуг

Источник. Составлено автором на основе: Кучина Е. В., Ташев А. К. Методологические подходы к оценке производительности труда на микроуровне / Е. В. Кучина, А. К.Ташев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». –Челябинск, 2017. –Т . 11, –№ 2. С . 42–47.

Производительность, как соотношение затрат и результатов, является фундаментальной концепцией учета эффективного и продуктивного использования ресурсов. На уровне национальной экономики, повышение производительности рассматривается как основа экономического роста, национальной конкурентоспособности и повышения уровня жизни; на организационном уровне повышение производительности рассматривается как важный фактор успеха предприятия и его способности получать прибыль. Производительность, как относительный показатель, используется для сравнения деятельности предприятий в определенном промежутке времени и оценке его эффективности посредством снижения затрат или увеличения прибыли.

В сфере услуг, иногда избыточное использование ресурсов приводит к росту производственных издержек, что и отражается на показателе производительности в данном секторе. Часто для снижения производственных затрат на предоставление услуг предприниматели изменяют структуру используемых ресурсов посредством изменения дорогостоящих ресурсов на более дешевые ресурсы. Например, предоставление банковских услуг посредством интернет банкинга или банкоматов, образовательных услуг для сотрудников фирм в дистанционной форме значительно сокращают производственные издержки предприятий данного сектора по сравнению с оказанием таких услуг в традиционной форме с широким вовлечением трудовых ресурсов или персонала предприятия. Эти изменения также положительно влияют на восприятие клиента, так как оказание услуг осуществляется с более высоким качеством.

Наряду с этим, необходимо отметить, что снижение расходов может отрицательно влиять на деятельность сервисных организаций. Особенно в тех случаях такие изменения приводят к снижению качества услуг в результате чего, клиенты начнут искать альтернативных поставщиков услуг. Если поставщик услуг следует традиционной (производственной) парадигме производительности, воспринимаемое клиентом качество услуг страдает больше. Когда вопросы производительности и качества обслуживания неразделимы в рамках сервисных предприятий, то можно говорить об эффективно функционирующей сервисной организации.

Понятие производительность услуг по разному трактуется в научной литературе. Исходя из этого, определение производительности может варьироваться в зависимости от конкретной деятельности, отраслей и/или сферы деятельности предприятий. Независимо от всего этого оценка производительности в секторе услуг считается важной.

В определенных ситуациях традиционное понятие производительности просто теряет свое значение для предприятий сферы услуг. Так как при оказании услуг предприятия сферы услуг занимаются дополнительной

деятельностью или мероприятием, значение которых не учитывается при оценке производительности в традиционном понимании. Например, творческая деятельность персонала предприятий, качество принимаемых ими решений, наличие элементов инновации при предоставлении услуг, качество знания и т.д.

С другой стороны, услуги включают настолько разнообразные виды деятельности, которые требуют разработки различной методологии измерения производительности в данном секторе. В зависимости от возможностей повышения производительности, услуги делятся на три категории¹²⁷:

1) застойные (бездеятельные) личные услуги, которые инертны (маловажные) для повышения производительности;

2) прогрессивные безличные объективные услуги, увеличение продуктивности которого не вызывает больших трудностей. При предоставлении таких услуг участие клиента не является обязательным;

3) асимптотически застойные безличные (объективные) услуги, которые обладают особенностями двух вышеупомянутых групп, благодаря чему различия в возможностях повышения их производительности проявляются на разных этапах жизненного цикла оказания услуг.

Можно повысить производительность бизнес-услуг, посредством трех стратегий, основанных на разных принципах.

Первый принцип – принцип ассимиляции (уподобление) предполагает устранение специфики услуг и их уподобление с товаром, который уменьшает их отличие от товаров.

Второй принцип – разное дифференцирование (установление различий), которое обязывает учет особенностей услуг.

Третий принцип – принцип интеграции позволяет по-разному комбинировать две первые стратегии, которые противоречат друг другу и применять многокритериальную оценку производительности услуг по

¹²⁷ Haksever C. Service management and operations / C. Haksever, B. Render, R. Russel, R. Murdick. – Second Edition. – New Jersey: Prentice Hall, 2000. – P. 56.

критериям самой услуги, ценность и достижения¹²⁸. Предприятия сферы услуг в зависимости от сферы своей деятельности могут использовать один из этих стратегий для достижения производительности услуг.

Хотя большинство исследователей сходятся во мнении, что применение промышленной концепции производительности для многих услуг является проблематичным из-за характерных особенностей большинства видов услуг (таких как неосвязаемость, неоднородность, неотделимость процесса производства от потребления, несохраняемость и т.д.), однако в науке слишком мало внимания уделено вопросам формирования концептуального представления о производительности услуг. Такие особенности сферы услуг препятствуют идентификации результатов услуг, а также разработке единой методологии измерения производительности¹²⁹.

При определении производительности услуг необходимо оценивать как процесс предоставления услуг, так и ее результаты, и не только с учетом оценки структуры потраченных затрат, но также и с учетом показателей измерения скорости выполнения действия, простоты операции и инновационный характер деятельности. Измерение производительности только на основе результатов деятельности не подходит для сферы услуг и требует многомерного многофакторного анализа. Помимо количества и качества для сектора бизнес-услуг необходимо учитывать следующие показатели производительности работников: затраты/прибыльность, своевременность, автономность, эффективность, результативность, удовлетворенность клиентов, инновационность операции / креативность, успех проекта, ответственность.

Традиционное понимание понятия «продуктивности услуг» также не учитывает участия клиента в процессе предоставления услуг, его вклад в данном процессе / его затраченное время, физических усилий и умственной энергии. Исходя из этого, при оценке производительности услуг также

¹²⁸ Djellal F. Beyond productivity strategies in services / F. Djellal, F. Gallouj // Journal of Innovation Economics. – 2010. № 5, – P. 89.

¹²⁹ Кучина В. Методологические подходы к оценке производительности труда на микроуровне / В. Кучина, А.К. Тащев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». Челябинск: –2017. Т. 11, – № 2. –С. 44.

необходимо учесть факторы участия других предприятий и организаций в качестве клиента.

«Для оценки производительности труда применяются такие показатели как производительность труда, выраженная в стоимостной оценке, производительность труда в натуральном выражении, комплексный показатель, отражающий изменение уровня эффективности работы персонала предприятий сферы услуг»¹³⁰.

Можно повысить производительность труда в сфере бизнес-услуг различными способами. Производительность поставщиков услуг может быть повышена, если в процессе предоставления услуг работники более качественно используют свои знания и навыки или максимально используют свой интеллектуальный капитал. В то время как информация и знание становятся важнейшим компонентом современных бизнес-услуг,¹³¹ современные технологии и инновации в организации труда, помогают повысить производительность в секторе. Однако, независимо от повышения влияния передовых методов и технологий на уровень производительности услуг, нельзя игнорировать роль человеческого капитала в этом процессе. Недостаток кадровых и финансовых ресурсов, а также ограниченные возможности предприятия для расширения продаж рассматривается как главная проблема, препятствующая росту производительности труда¹³². Особенно это касается секторов сферы услуг с доминированием человеческих отношений в процессе предоставления услуг, таких как социальные, образовательные и т.д. При этом уровень профессиональной компетентности работников, предоставляющих услуги, останется важным фактором производительности. Особенно это касается работников сферы бизнес-услуг, чьим важнейшим рабочим ресурсом в

¹³⁰ Шаш Н.Н. Бородин А. И. Показатели и способы измерения производительности труда и возможность их применения на предприятиях / Н.Н. Шаш, А.И. Бородин // Ученые записки петрозаводского государственного университета. ФГУ ВПО «ПГУ». – Петрозаводск: 2015. – С. 100.

¹³¹ Сухарев О. Управление знаниями, информация и экономический рост (часть 1) / О. Сухарев // Проблемы теории и практики управления. – М.: Международная медиа группа, 2015. – № 2. – С. 93.

¹³² Факторы роста производительности труда на предприятиях несырьевых секторов российской экономики: докл. к XXI Апр. меж дунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Ю.В.Симачев (рук. авт. кол.), М.Г.Кузык, А.А.Федюнина и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. –С.7.

рамках выполнения основных задач по созданию ценности являются знания. На производительность работников сектора бизнес-услуг также сильно влияет методика повышения их квалификации и обучения, которое часто проходит на их рабочем месте.

Есть множество методов и инструментов, которые помогут работникам разрабатывать бизнес-процессы и находить пути решения нетипичных ситуаций и при этом повысить производительность услуг. Эти же методы и инструменты также необходимы для создания и внедрения инноваций, развития конструктивных взаимоотношений при оказании бизнес-услуг. На повышение продуктивности бизнес-услуг, также влияют специфические знания и компетентность менеджеров¹³³.

Менеджеры предприятий сферы наукоемких бизнес-услуг должны проводить достаточное время с перспективными специалистами для того, чтобы лучше ознакомиться с ними, узнать их ближе, поощрять их труд и поставить новые задачи в сфере роста производительности. Человеческий капитал является важным капиталом предприятий бизнес-услуг и имеет решающее значение для эффективности ведения бизнеса. Экономия времени за счет использования ресурсов знаний фирмы и повышения качества работы в результате использования знаний и способности повлиять на клиентуру, имеет решающее значение для производительности предприятий наукоемких бизнес-услуг. Повышение производительности работников умственного труда является одной из наиболее важных задач для предприятия в экономике, основанной на информации и знаниях.

На основе теоретических и методологических исследований взаимосвязи бизнес-услуги, производительности услуг и инновации, можно предложить интегрированную модель оценки производительности бизнес-услуг с учетом драйверов инноваций и особенностей входных и выходных параметров для бизнес-услуг(рис.14).

¹³³ Филатов В. М. Модель компетенций как основа системы мотивации / В.М.Филатов // Евразийский Союз Ученых. – М.: 2016. – №1 (22). –С.118.

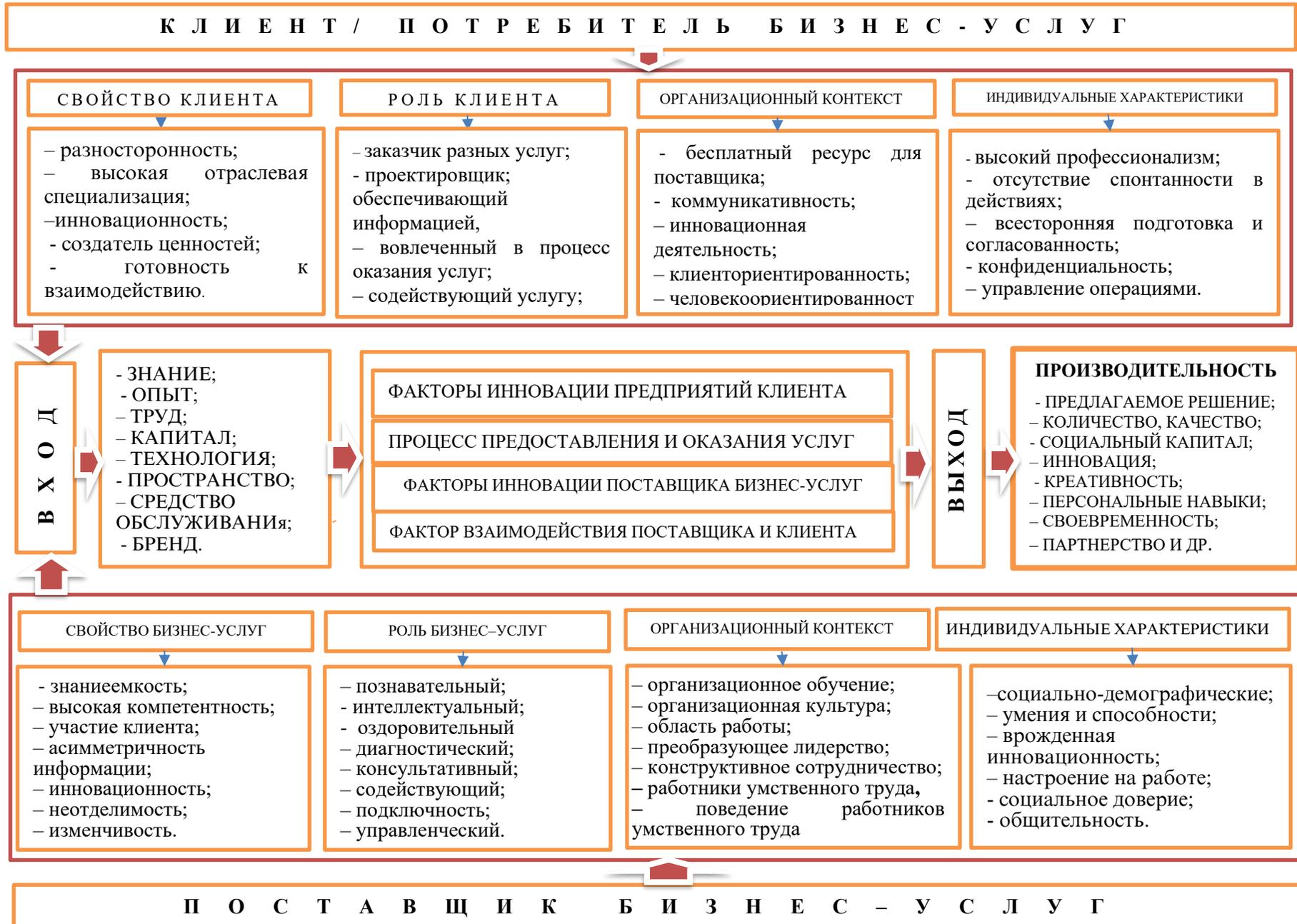


Рис. 14 - Интегрированная модель оценки производительности бизнес-услуг (разработано автором)

Как видно из модели, выходными данными для предоставления бизнес-услуг являются знание, труд, капитал, средства обслуживания и т.д. В ходе трансформации этих ресурсов, поставщики бизнес-услуг и потребители формулируют систему взаимоотношений и разделяют свои полномочия при предоставлении услуг. Выходные данные определяют производительность сектора бизнес-услуг. Как видно из предложенной модели, для решения проблем клиентов поставщики бизнес-услуг расширяют свои возможности посредством объединения собственных ресурсов и ресурсов клиента. Процессы предоставления бизнес-услуг также могут быть инновационными в зависимости от уникальности проблемы клиента. В процессе предоставления бизнес-услуг природа самой услуги, преобладающие роли клиента в данном процессе и индивидуальные особенности сотрудников влияют на инновационную природу бизнес-услуг и их роли в создании новых услуг. Приведенные параметры производительности сектора бизнес-услуг в представленной модели являются неокончательными, поскольку выражение, которое приобретает производительность, зависит от характера проблемы клиента.

Таким образом, традиционное понимание производительности не подходит для сектора бизнес-услуг из-за не отделимости вопросов количества и качества в данном секторе. Кроме того, производительность в сфере бизнес-услуг часто проявляется в творческом подходе, личном мастерстве работников и т.д. Среди различных факторов повышения производительности особое место занимает фактор инновации, который является стратегически важной характеристикой для наукоемких бизнес-услуг. Инновационность во многом определяет, насколько продуктивно будут работать поставщики бизнес-услуг и успешно выполнять свои функции, чтобы помочь субъектам бизнеса развивать свою деятельность и повышать свою конкурентоспособность. Знаниеемкие бизнес-услуги, по сравнению с другими видами услуг отличаются своей инновационной характеристикой, поскольку они должны предлагать клиентам уникальные решения своих проблем. Тем не менее, проведенный нами анализ

научной литературы показал, что инновационное свойство знаниеемких бизнес-услуг было проанализировано гораздо меньше, чем сами инновации. Мы представляем интегрированную модель производительности бизнес-услуг с учетом драйверов инноваций предприятий клиента и поставщика. Исходя из этого, в рамках представленной модели выделены три тесно взаимосвязанных компонента: вход-выход, процесс обслуживания, драйверы инновации и производительность в целом, а также выявлены факторы, влияющие на инновационность. Преимущество представленной модели заключается в том, что в нем учтены не только инновационное свойство поставщика наукоемких бизнес-услуг, но и организаций клиентов. Наукоемкие бизнес-услуги также охватывают широкий спектр бизнес-услуг, исходя из чего, следует рассматривать особенности отдельных подгрупп наукоемких бизнес-услуг и уточнить, насколько они определяют благодаря этому инновационность и производительность.

ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

3.1. Институциональные основы формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

В условиях реализации четвертой стратегической цели развития экономики страны - ускоренная индустриализация повышения роли и значения сектора услуг зависит от институциональных основ формирования и развития рынка бизнес-услуг. Прежде всего, дальнейшая тенденция развития рынка бизнес-услуг в стране зависит от качества законодательной базы, регулирующей производственные и иные отношения в этом направлении.

Институциональная основа формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан строится на трех уровнях – национальный уровень, секторальный уровень и уровень предприятия. Нормативно-правовые акты, принятые в стране на национальном уровне, в свою очередь делятся на две группы.

1. Нормативно-правовые акты, регулирующие все секторы бизнес-услуг;
2. Нормативно-правовые акты, регулирующие производственные и иные отношения в рамках определенных отраслей или подотраслей сферы бизнес-услуг.

Нормативно-правовые акты на уровне предприятий и организаций включают свод правил и процедур, регулирующие внутрифирменные отношения в процессе предоставления бизнес-услуг.

К институциональным основам регулирования широких секторов бизнес-услуг относятся Конституция Республики Таджикистан, Гражданский кодекс Республики Таджикистан, Налоговый кодекс Республики Таджикистан, Таможенный кодекс Республики Таджикистан; Закон Республики Таджикистан «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 2010 года, Закон Республики Таджикистан «Об

инвестициях» от 12 мая 2007 года, Закон Республики Таджикистан «О государственном-частном партнерстве» от 28 декабря 2012 года №907, Закон Республики Таджикистан «О моратории на проверки деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Таджикистан» от 3 июля 2012 года № 859.

Наряду с упомянутыми нормативно-правовыми актами в Республике Таджикистан приняты указы Президента Республики Таджикистан и Постановления Правительства Республики Таджикистан, которые регулируют отдельные аспекты деятельности предприятий сектора бизнес-услуг в стране.

Более развитая законодательная база в стране, регулирующая сектор бизнес-услуг в Республике Таджикистан сформировалось в области регулирования таких секторов бизнес-услуг как услуги в сфере информационных технологий, аудиторских услуг, услуг в сфере исследования и разработки и др.

Регулирование сектора информационных и ИТ-услуг в республике осуществляется Законом Республики Таджикистан «Об информатизации», (№40 от 06.08.01г.), Законом Республики Таджикистан «Об электронном документе» (№51 от 10.05.02г.), и Законом Республики Таджикистан «О защите информации» (№ 71 от 02.12.02г.).

Институциональные основы развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан показывают, что в стране система введения статистического учета результатов деятельности предприятий сектора услуг еще не сформулировано в достаточном уровне. Особенно, в ежегодно публикуемых сборниках Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан отсутствуют отдельные разделы относительно оказываемого объема бизнес-услуг в стране и их роли в трудоустройстве населения, и создания добавленной стоимости. Исходя из этого, считаем важным для улучшения качества статистического учета деятельности предприятий сектора бизнес-услуг посредством

расширения перечня предоставляемых Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан статистических данных по развитию сектора бизнес-услуг за счет включения экономических показателей всех подсекторов бизнес-услуг. Предлагаемый раздел должен отражать результативность функционирования соответствующих отраслей бизнес-услуг. Учитывая развитие инновации и науки в стране и повышения значения знаниеемких бизнес-услуг в создании стоимости, считаем важным принятие соответствующих государственных программ на республиканском уровне по развитию знаниеемких и интеллектуальных бизнес-услуг, направленных на поддержку инновационной деятельности предприятий сектора бизнес-услуг, стимулирование динамики его развития, усиление научной, инновационной и информационной деятельности.

Современный рынок бизнес-услуг в республике характеризуется высоким уровнем транзакционных издержек, высокой долей импорта бизнес-услуг, отсутствием совершенной законодательной базы. Недостаточно развитая система государственного регулирования отрасли, отсутствие специфических нормативно-правовых актов влечет за собой низкую долю отечественных организаций и предприятий в предоставлении инновационных бизнес-услуг, высокую зависимость от импорта иностранной технологии, ограниченный объем капиталовложений в развитие отрасли. Все это говорит о том, что институциональная основа рынка бизнес-услуг в стране требует дальнейшего совершенствования с учетом создания новых рыночных институтов в регулировании отрасли.

Рынок бизнес-услуг – это как и другие рынки, имеет сложную структуру состоящую из различных институтов, действующих на основе определенных законов, правил и процедур. Имеющие нормативно-правовые акты в основном охватывают вопросы регулирования деятельности предприятий и организации (рис.15).

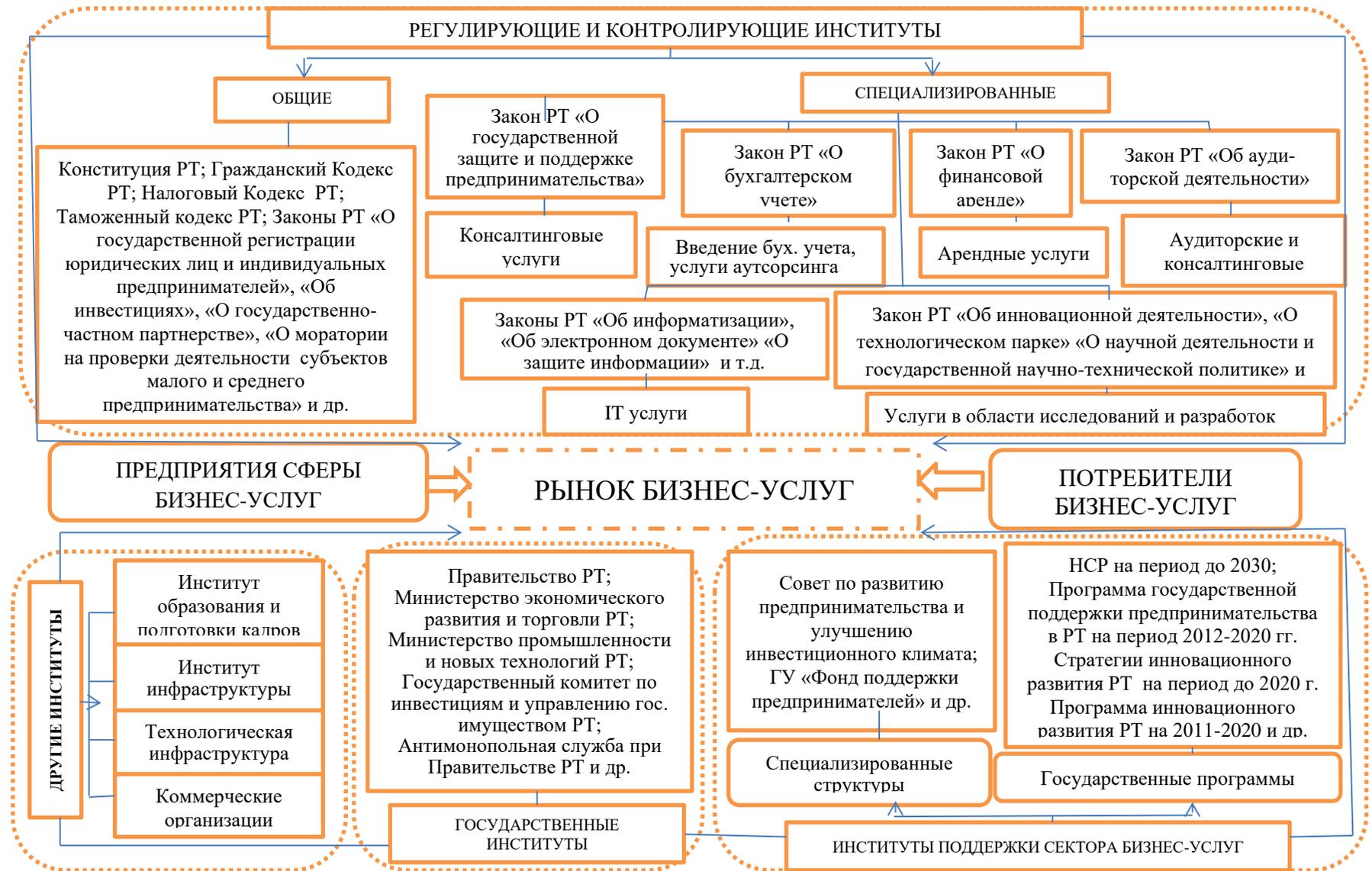


Рисунок 15 - Институциональная структура рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан (разработано автором)

Структура рынка бизнес-услуг включает совокупность предприятий организаций различных организационно-правовых форм, которые специализируются в предоставлении услуг предприятиям и организациям, занимающимся предпринимательской деятельностью с целью получения прибыли.

Активная интеграция предприятий сектора бизнес-услуг в хозяйственной жизни страны и стимулирование развития смежных отраслей производства требует совершенствование нормативно-правового поля управления данным сектором.

Важным препятствием развития рынка бизнес-услуг в стране является отсутствие необходимой инфраструктуры. Институциональная структура рынка бизнес-услуг представлена хозяйствующими субъектами, инфраструктурными элементами, каналами товародвижения и совокупностью экономических связей. Основным элементом являются предприятия, которые обеспечивают вовлечение современных информационных технологий в экономический оборот.

На рынке бизнес-услуг роль государства ограничивается в создании законодательной основы регулирования рынка, разработки соответствующих программ и концепции стимулирования развития отрасли.

Среди важнейших видов бизнес-услуг наиболее развитая законодательная база в стране имеется в сфере аудиторских услуг, бухгалтерских услуг, услуг аутсорсинга и IT услуг. Согласно Закону Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете» и Налоговым кодексом Республики Таджикистан отечественные организации и предприятия могут передать функции ведение бухгалтерского учета на аутсорсинг (сторонней организацией) на договорных основах. «При этом законы и законодательство относительно выдачи лицензий не предусматривают обязанности организации, оказывающей бухгалтерские услуги, иметь лицензию на осуществление указанного вида деятельности»¹³⁴.

¹³⁴ Самадов И.Г. Становление и развитие рынка аутсорсинговых услуг в условиях рыночной экономики / И.Г. Самадов // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Душанбе: 2018. – С. 65.

В Республике Таджикистан отношения между аутсорсером и заказчиком также регулируются нормами гражданского права. Хотя в законодательстве еще не используется такое терминологическое понятие как «аутсорсинг».

В республике осуществляется ряд мер, направленные на развитие промышленного потенциала страны и поддержку предприятий, имеющих важное значение для развития экономики, которые прямо или косвенно акцентируются на роль бизнес-услуги в этом направлении.

Одним из важных документов в этой области является Программа государственной поддержки предпринимательства в Республике Таджикистан на 2012-2020 годы, утвержденная Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 30.04.2012 г. № 201, в которой предусмотрены меры поддержки субъектов предпринимательства (в первую очередь, субъектов малого и среднего предпринимательства), предоставление им государственных субсидий и льготных кредитов.

Реализация данной программы в практике способствовало поэтапному и комплексному проведению реформы законодательства Республики Таджикистан в отраслях бизнес-услуг, модернизации производственных и технологических процессов, привлечению отечественных и зарубежных инвестиций в секторе, развитие государственного и частного сотрудничества, а также совершенствованию системы кредитования и финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере бизнес-услуг.

В результате реализации «Программы государственной поддержки предпринимательства в Республике Таджикистан на 2012-2020 годы» число субъектов предпринимательской деятельности с 187,0 тыс. в 2012 году достигло 304,0 тысяч в 2020 году. В этот период доля частного сектора в ВВП составила 70%, а в обеспечении занятости населения 70,6% и в уплате налогов 80%. Кроме того, оно позволило улучшить инвестиционный климат в стране, что в итоге положительно повлияло на рейтинг страны по Индексу ведения бизнеса в 2020 г. на 41 позиций по сравнению с 2012г и вошла в десятку стран-реформаторов.

Кроме того, Программой определены приоритетные виды деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, среды которых особое место занимают некоторые виды бизнес-услуг, таких как финансовые услуги, услуги по утилизации промышленных и бытовых отходов, образовательные услуги в сфере технических профессий, инновационная деятельность и др.

В Законе Республики Таджикистан от 26 июля 2014 года, № 1107 «О государственной защите и поддержке предпринимательства» особое внимание уделяется поддержке бизнес-инкубаторства как важному субъекту предоставляющему бизнес-услуги для начинающего предпринимателя на всех этапах его деятельности.

В рамках статьи 16 данного Закона предусмотрено создание бизнес – инкубаторов для развития и поддержки малого и среднего предпринимательства и определены основные обязанности бизнес – инкубатора, к которым относятся организация оказания качественных и профессиональных услуг, сдача в аренду зданий субъектам предпринимательства на льготных условиях, определение и решение проблем, возникающих в деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства на республиканском и местном уровнях, предоставление консультационных услуг по вопросам налогообложения, услуги по составлению бухгалтерских и налоговых отчетов, образовательные услуги для разработки программы развития бизнеса начинающего предпринимателя и др.¹³⁵

В Законе Республики Таджикистан «О технологическом парке» от 21 июля 2010 года № 629 рассмотрены вопросы внедрения результатов научных, технологических и инновационных исследований в производство. Технологический парк как поставщик бизнес-услуг в рамках данного Закона определен как юридическое лицо или консорциум, основной деятельностью которого является предоставление работ и услуг, необходимых для реализации

¹³⁵ Закон Республики Таджикистан «О государственной защите и поддержке предпринимательства» //Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан, 2014 год, № 7ч.2, ст.404; 2015 год, №3, ст.216; соли 2017, №5 ҷ1, ст.293.

инновационного и инвестиционного проектов. Целью создания технологического парка в стране является развитие науки и широкое использование высококачественных технологий для удовлетворения потребностей производства при применении новейших технологий и реализации инновационных и инвестиционных проектов, развитии предприятий, учреждений и других малых и средних организаций.

Перспективными формами технологического парка в рамках данного Закона определены такие формы как инновационно-технологический парк, научный парк, технополис и технологический инкубатор.

Закон Республики Таджикистан «О финансовой аренде (лизинге)» (в редакции Закона РТ от 15.03.2016г. №1300, от 14.11.2016г.№1375, от 02.01.2019г.№1580) регулирует отношения, возникающие в процессе предоставления лизинговых услуг субъектам предпринимательской деятельности¹³⁶.

В рамках данного Закона выделены услуги по предоставлению финансового лизинга, операционного лизинга, возвратного лизинга, а также дополнительные услуги, такие как услуги, оказанные лизингодателем до начала пользования или в процессе пользования предметом лизинга лизингополучателю. Кроме того, в рамках данного Закона регулируются правоотношения в рамках внутреннего и международного лизинга. Лизинговая деятельность как вид бизнес-услуг в данном Законе определяется как вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг.¹³⁷

Основы аудиторских и консалтинговых услуг отражены в Законе Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» (от 22 июля 2013 года №993). В рамках данного Закона аудиторская деятельность определяется «как предпринимательская деятельность по проведению аудита и других услуг,

¹³⁶ Закон Республики Таджикистан о финансовой аренде (лизинге) (в редакции Закона РТ от 15.03.2016г.№1300, от 14.11.2016г.№1375, от 02.01.2019г.№1580).

¹³⁷ Закон Республики Таджикистан «О финансовой аренде (лизинге)» // Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан 2003 г. (в редакции Закона РТ от 15.03.2016г.№1300, от 14.11.2016г.№1375, от 02.01.2019г.№1580).

связанных с ней, осуществляемую индивидуальным аудитором или аудиторской организацией»¹³⁸.

Законодательство республики не разграничивает понятия «аудит» и «аудиторские услуги». Так, Закон «Об аудиторской деятельности Республики Таджикистан» определяет обязательный аудит как ежегодную проверку бухгалтерского учета и финансового отчета юридических лиц.

В упомянутом законе достаточно подробно классифицированы виды аудиторской деятельности, среды которых внешний аудит занимает особое место. «Внешний аудит – проверка, проводимая в отношении аудируемого субъекта индивидуальным аудитором или независимой аудиторской организацией, не подотчетной его руководству»¹³⁹.

В Законе уточнены следующие виды аудиторских услуг: услуги по анализу финансовой отчетности, услуги по сбору и анализу финансовой информации, услуги по организации, восстановлению и ведению бухгалтерского учета, по составлению финансовой отчетности, по бухгалтерскому консультированию, по налоговому консультированию, по составлению статистической отчетности организаций, анализу финансово-хозяйственной деятельности, по обучению ведению бухгалтерского учета и составлению финансовой отчетности, по финансовому планированию, по автоматизации бухгалтерского учета и оказанию юридических услуг, связанных с аудиторской деятельностью.

В 2012 г. в Республике Таджикистан был принят Закон «Об информации» (в редакции Закона РТ от 03.07.2012г.№848), который регулирует информационную деятельность, цели, обязанности, принципы, субъекты и объекты информационных отношений и устанавливает государственную информационную политику в обществе.

Отдельные аспекты развития инновационных бизнес-услуг также рассмотрены в рамках законов Республики Таджикистан «Об инновационной

¹³⁸ Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности»// Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан, 2013 год, №7, ст. 521;2014 год, №7 ч.2,ст.411, 2018 год, №1, ст.33).

¹³⁹ Там же.

деятельности» (от 16 апреля 2012 г. № 822), «О технологическом парке» (от 21 июля 2010 г. № 629), «О научной деятельности и государственной научно-технической политике» (от 18 марта 2015 г. № 1197) и др.

Несмотря на то, что в рассмотренных законодательных актах имеются отдельные разделы, посвященные значению определенных услуг, характерные для предприятий и организаций, в них недостаточно проиллюстрированы современные виды бизнес-услуг.

Хотя в государственных программах и концепциях еще конкретно не используется понятие «бизнес-услуг», Правительством Республики Таджикистан в последние годы проведены ряд мероприятий, которые по крайней мере охватывают определенные аспекты развития рынка бизнес-услуг в стране.

Отдельные вопросы инновационного развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан рассмотрены в рамках Стратегии инновационного развития Республики Таджикистан на период до 2020 года, утвержденной Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 30 мая 2015 г. № 354. Перспективное направление развития инновационных бизнес-услуг в рамках данной стратегии направлены на расширение масштабов инновационной активности предприятий и организации, их доступа передовым технологиям и использованию новых технологий для обеспечения конкурентоспособности бизнеса и создания благоприятных условий для появления новых высокотехнологичных компаний.

Повышение инновационной активности бизнеса и ускорение создания новых инновационных компаний определены как важная задача в рамках данной стратегии. В рамках данной стратегии выделены три сценарии инновационного развития страны такие как инерционное развитие, догоняющее развитие и сценарий достижения лидерства в отдельных научно - технических секторах, прикладных и фундаментальных исследованиях. Достижение предусмотренных вариантов инновационного развития страны в рамках данной стратегии невозможно без развития наукоемких видов бизнес-услуг с стране.

Перевооружение экономики на технологическое развитие требует стимулирование развития наукоемких видов бизнес-услуг.

В нормативно правовых актах, принятых в стране также предусматриваются вопросы развития взаимосвязей между наукой и экономикой.

Программа инновационного развития Республики Таджикистан на период 2011-2020 гг. также охватывало вопросы повышения технологического уровня и конкурентоспособности производства на основе формирования инновационной деятельности.

В Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года, предусмотрен индустриально-инновационный сценарий развития экономики Республики Таджикистан, достижение которого в основном зависит от развития и применения в производстве знаниеемких бизнес-услуг и услуги в сфере подготовки кадров для нужд бизнеса.

Государственная программа содействия экспорту и импортозамещение в Республике Таджикистан на 2016-2020 гг. предусматривала меры по созданию современных логистических центров в Республике Таджикистан для предоставления логистических услуг и расширения международных коммуникационных и транспортных коридоров.

В программе особое внимание было уделено наращиванию экспорта бизнес-услуг, включая деловой международной туризм. Среди отраслевых ориентиров развития экспорта в данной программе особое место занимает туризм, транзитные, транспортные услуги и телекоммуникационные услуги для развитие которых, в свою очередь, считается важным вести активное рекламирование отрасли бизнес-услуг.

Таким образом, исследование институциональных основ формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республики Таджикистан показал, что для достижения дальнейшего развития рынка бизнес-услуг, по нашему мнению необходимо принятие дополнительных нормативно-правовых актов регулирующих экономические отношения в сфере бизнес-услуг:

– необходимо привести в соответствие действующее законодательство существующей практике передовых государств, достигших определенных успехов в развитии сектора бизнес-услуг и принятие мер по повышению уровня использования бизнес-услуг в хозяйственной деятельности предприятий и организаций;

– определить порядок взаимодействия предприятий и организаций в процессе предоставления и потребления бизнес-услуг на основе формирования доверительной атмосферы по сохранению коммерческой тайны клиентов и прозрачности ценообразования бизнес-услуг;

– развитие электронной сети взаимодействия поставщика и потребителя бизнес-услуг на основе использования современных достижений информационно–коммуникационных технологий, реализация концепции электронного правительства, позволяющих значительно снизить транзакционные издержки и повысить скорость приобретения таких услуг;

– совершенствование законодательной базы в сфере регулирования рынка бизнес-услуг, разработки новых нормативно-правовых актов охватывающих более широкий спектр бизнес-услуг в стране;

– анализ существующей институциональной основы регулирования рынка бизнес-услуг показал, что Республика Таджикистан существенно отстает от уровня процесса разработки необходимых нормативно-правовых актов в сфере знаниеемких бизнес-услуг и создания необходимой инновационной инфраструктуры рынка бизнес-услуг, что значительно снижает не только производительность в самом секторе бизнес-услуг, но и секторе приобретающего такие услуги;

– для повышения степени развития рынка бизнес-услуг важно проведение комплексной работы по уточнению регулирования правоотношений между предприятиями и организациями, устранению административных барьеров, разработки новых проектов недостающих законов, устанавливающих принципы и общий порядок оказания бизнес-услуг на основе использования современных сетей взаимодействия поставщика и потребителя бизнес-услуг.

Необходимо отметить, что в стране также действует Совет по развитию предпринимательства и улучшению инвестиционного климата, который предоставляет консалтинговые услуги субъектам предпринимательской деятельности.

В 2013 году в стране было создано Государственное учреждение «Фонд поддержки предпринимателей», который предоставляет льготные кредиты субъектам предпринимательской деятельности на конкурсной основе. Но его роль в развитии бизнес-услуг еще незначительна и критерии выбора субъекта предпринимательства для капиталовложения являются менее прозрачными.

Антимонопольная служба при Правительстве Республики Таджикистан, как элемент центральных органов исполнительной власти является гарантом обеспечения и защиты свободы конкуренции на рынке бизнес-услуг между участниками рынка.

В рамках Национальной Академии наук Республики Таджикистан действует Государственное научное учреждение «Центр инновационного развития науки и новых технологий», который образован по Постановлению Правительства Республики Таджикистан от 26 августа 2011 года, №394 и Постановлению Президиума Национальной Академии наук Республики Таджикистан от 26 декабря 2011 г., №140. Основной целью Центра является организация и проведение научных исследований, а также прикладных работ в области разработки и реализации инновационных проектов и новых технологий, имеющих важное значение для развития страны.

Для повышения качества продукции в соответствии с международными нормами и стандартами в Государственной программе содействия экспорту и импортозамещению в Республике Таджикистан на 2016-2020 годы предусмотрены мероприятия по привлечению бизнес-консультантов по оказанию консультационных услуг по внедрению и обучению международным и региональным стандартам, а также информационных услуг для повышения

осведомленности бизнес-структур о международных стандартах¹⁴⁰. Кроме того, в рамках программы Создания сети бизнес-инкубаторов и технопарков рассматривается, как важное направление, разработка высокотехнологичной инновационной продукции и привлечение зарубежного венчурного капитала в страну.

Важным элементом институциональных основ рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан являются институты финансовой поддержки рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан. Основными источниками финансирования развития бизнес-услуг в Республике Таджикистан являются собственные финансовые ресурсы предприятий, государственный фонд по поддержке предпринимательства в Республике Таджикистан и средства выделяемые из бюджета страны для развития инноваций в сфере исследования и разработок.

В Республике Таджикистан государство активно участвует в создании бизнес инкубаторов и технологических парков, которые специализируются на предоставлении информационной, правовой и консультационной поддержки субъектам предпринимательства.

Институциональная среда рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан также состоит из образовательных институтов, специализирующихся в подготовке кадров в этой сфере. К ним относятся центры занятости населения и переподготовки кадров, отраслевые научно исследовательские институты, высшие учебные заведения и др.

Таким образом, для формирования благоприятной институциональной среды развития бизнес-услуг считаем необходимым разработать «Концепцию развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан на период 2022 по 2030 гг.». В данной Концепции необходимо уточнить цели и задачи развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, а также определить основные

¹⁴⁰ Государственная программа содействия экспорту и импортозамещению в Республике Таджикистан на 2016-2020 годы // Постановление Правительства Республики Таджикистан от 26 ноября 2016 года. – № 503. –С. 43.

направления его развития в долгосрочной перспективе. Также, важной и своевременной, на наш взгляд, является разработка необходимого механизма государственной поддержки знаниеемких секторов бизнес-услуг. В условиях Республики Таджикистан также целесообразно разработка мер по развитию интеграционных связей предприятий сфер промышленности и сельского хозяйства, научно исследовательских институтов с предприятиями и организациями, специализирующимися в предоставлении бизнес-услуг. В этом аспекте особенно важно стимулирование спроса на бизнес-услуг со стороны отечественных фирм с учетом повышения роли и значения таких услуг в устойчивом развитии предприятий и организаций.

Реализация предложенных рекомендаций на практике могут способствовать формированию необходимой инфраструктуры рынка бизнес-услуг и благоприятной законодательной среды функционирования данного рынка.

Повышение инвестиционной активности в реализации проектов в сферы развития бизнес-услуг повышает степень привлекательности данного рынка. Наряду с этим, применение международных стандартов оценки качества бизнес-услуг, разработка единых подходов к составлению договоров, развитие системы учета показателей отрасли и процессы управления бизнес-услугами необходимы для дальнейшего развития институциональной основы рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Таким образом, проведенное нами исследование показывает, что несмотря на существование определенной нормативно-правовой среды в сфере регулирования сектора бизнес-услуг в данной сфере имеется еще много нерешенных вопросов. Большинство существующих нормативно-правовых актов имеет общий характер и в них не выделены специфические особенности сектора бизнес-услуг. Особенно инфраструктура рынка бизнес-услуг в полном объеме еще не сформулирована и требуется последовательное ее совершенствование.

Кроме того, между экономическими институтами, регулирующими формирование и развитие рынка бизнес-услуг еще в достаточном уровне не развита система взаимоотношений позволяющая согласовывать определенные аспекты проводимой политики в сфере регулирования бизнес-услуг и определения стратегических ориентиров его развития в будущем.

3.2. Анализ состояния и тенденции развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

Экономика республики за годы независимости достиг значительного успеха в сфере достижения устойчивого экономического роста и постоянно находится в процессе структурных изменений. Новые тенденции, которые характеризуют развитие национальной экономики, связаны с ростом доли сферы услуг и промышленности в структуре ВВП. Эти структурные сдвиги прямо связаны друг с другом, так как структура межотраслевых взаимоотношений между промышленностью и сферой услуг формируется по новым принципам из-за повышения роли и значения бизнес-услуг в создании добавленной стоимости, изменение потребностей предприятий в наукоемкие виды услуг, повышение доступности услуг аутсорсинга и роста явления сервисизации всех этапов производства, включая производство готовых промышленных изделий. Кроме того, как показывает мировая практика, по мере роста промышленного производства растет спрос промышленных предприятий на качественные наукоемкие бизнес-услуги. Исходя из этого, без развития сферы бизнес-услуг в стране невозможно повысить производительность в сфере материального производства.

Концепция бизнес-услуг объединяет широкий спектр услуг, которые в основном охватывает экономические транзакции по поводу купли продажи услуг между юридическими лицами, компаниями и фирмами. Эти услуги варьируются от услуги по разработке программного обеспечения, услуги агентств по временному трудоустройству, лизинговых услуг до юридического консультирования и управления сложных инжиниринговых проектов. В странах Европейского Союза бизнес-услуги составляют наиболее динамичную

группу видов деятельности, на которые в последнее десятилетие приходится более половины роста занятости в Европе. В некоторых европейских странах этот сектор по объему трудоустройства и занятости населения приравнивается к отраслям перерабатывающей промышленности.

Сектор бизнес-услуг, как прямо, так и косвенно способствует развитию экономики страны. Прямое воздействие сектора бизнес-услуг связано со значением самого сектора в развитие экономики страны и расширению его структуры. Косвенное влияние сферы бизнес-услуг на развитие экономики страны связано с генерированием дополнительных знаний и повышением производительности труда в других отраслях экономики. Индустрия бизнес-услуг создает вторичные эффекты развития экономики страны тремя способами:

- создает оригинальные нововведения;
- способствует распространению знаний;
- способствует сокращению неделимости человеческого капитала от деятельности фирм.

Рост доли наукоемких бизнес-услуг в промежуточных ресурсах всей экономики позволяет достигать устойчивый рост.

В настоящее время в Республике Таджикистан положительный рост доли сферы услуг, в основном, связан с ростом объема производства потребительских услуг, что не гарантирует качественный переход на индустриализацию экономики страны. Кроме того, объявленная Правительством страны четвертая национальная стратегическая цель как ускоренная индустриализация страны актуализирует вопросы формирования и развития рынка бизнес-услуг.

Независимо от того, что в Республике Таджикистан официальная статистика относительно объема производства бизнес-услуг в стране отсутствует, данные об объеме поступившихся иностранных инвестиций и импорта международных услуг показывает, что интерес к такому важному сектору экономики страны растет (табл.3.1).

Таблица 3.1

Объем поступления иностранных инвестиций в основные виды бизнес-услуг в Республике Таджикистан, тыс. долл. США

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020
Финансовый лизинг		21475,7	27431,2	19656,0	12413,4	20434,3	10875,03
Управление финансовыми рынками			2850,0	2850,0	600,0		
Посреднические услуги при купле-продаже и сдаче в наем недвижимого имущества производственно –технического назначения			548,0	548,0	548,0		-
Консультации и предоставление материалов по программному обеспечению				144,3	14,4		
Деятельность в области составления бухгалтерского отчёта и консультации	55,0		8122,5				
Консультации по вопросам коммерческой деятельности и управления				8297,1	1279,2	313,8	
Деятельность в области архитектуры, инженерная и техническая деятельность, связанная с гражданским строительством	45,0			23675,9	5668,4	22904,9	
Деятельность по проведению геологической разведки и изыскания	23029,0	106722,5	205375,1	37746,6		35,7	
Канализация и удаление отходов			3634,4	2879,3	2211,8	2386,9	
Всего	23129	128198,2	247961,2	95797,2	22735,2	46075,6	10875,03

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан //Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2018-2020. - С.235-255, -С.250-264. Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. – С386.

Так анализ таблицы показал, что последние годы наблюдается тенденция роста инвестирования в некоторые виды бизнес-услуг в Республике Таджикистан. В 2019 году объем поступлений иностранных инвестиций в бизнес-услуги в области архитектуры, инженерной и технической деятельности, связанные с гражданским строительством – 22904,9тыс. долл. США и услуги по проведению геологической разведки и изысканий – 35,7 тыс. долл. США, консалтинговые услуги по вопросам коммерческой деятельности и

управления – 313,8 тыс. долл. США. В 2020г. из-за пандемии COVID-19 поступление иностранных инвестиций в сектор бизнес-услуг наблюдалось только для сектора финансового лизинга, в размере 10875,03 тыс. долл. США.

Объем накопленных иностранных инвестиций в основные виды бизнес-услуг в Республике Таджикистан в 2020г. составил 63635,05 тыс. долл. США и снизился по сравнению с 2013 г на 6,68%. В этот период объем накопленных инвестиций в сфере финансового лизинга составил 33254,39 тыс. долл. США, управление финансовыми рынками 3450 тыс. долл. США, и деятельность по проведению геологической разведки и изыскания 26288,26 тыс. долл. США. В 2019г. объем накопленных иностранных инвестиций в сфере консультации по вопросам коммерческой деятельности и управлению составил 132960,2 тыс. долл. США и деятельность в области архитектуры, инженерная и техническая деятельность, связанная с гражданским строительством 301341,1 тыс. долл. США. На рассматриваемых видах бизнес-услуг приходится 98,38% от общего объема накопленных инвестиций в сферу бизнес-услуг.

Таблица 3.2

Объем накопленных иностранных инвестиций в основных видах бизнес-услуг в Республике Таджикистан, тыс. долл. США

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020
Финансовый лизинг		23191,1	12141,1	10025,6	19656,0	22415,6	33254,39
Управление финансовыми рынками		2850	2850		2850,0	3450,0	3450
Посреднические услуги при купле – продаже и сдаче в наем недвижимого имущества производственно – технического назначения	548,0	548,0	548,0	548,0	548,0	548,0	548
Консультации и предоставление материалов по программному обеспечению				83,8	158,6	158,6	-
Деятельность в области составления бухгалтерского отчёта и консультации	94,3	94,4	94,4	94,4	94,4	94,4	94,4
Консультации по вопросам коммерческой деятельности и управления				1313,4	12681,1	132960,2	-
Деятельность в области архитектуры, инженерная и техническая деятельность, связанная с гражданским строительством	992,6			8440,1	23675,9	301341,1	-
Деятельность по проведению геологической разведки и изыскания	66556,5	70362,9	62932,3	718,1	3070,2	26465,2	26288,26
Канализация и удаление отходов					2875,6	7221,2	-
всего	68191,4	97046,4	75715,8	21223,4	65609,8	494654,3	63635,05

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2018-2020. - С.235-255, -С.250-264. Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. – С386.

Динамика роста объема инвестирования в такие важнейшие секторы бизнес-услуг свидетельствует о том, что в последние годы в стране осознается роль и значение различных видов бизнес-услуг в достижении экономического роста и развитии отраслей материального производства (Табл. 3.2).

Анализ тенденций развития рынка бизнес-услуг в республике показывает, что в последние годы спрос отечественных товаропроизводителей на бизнес-услуги, в основном, удовлетворяется за счет импорта. К важнейшим видам бизнес-услуг, которые импортируются в страну относятся консультационные услуги, услуги по финансовому посредничеству, услуги по проведению финансовых ревизий, услуги в области инженерной технологии, услуги по управлению воздушных судов и аренда транспортных средств для нужд бизнеса.

Исследование показывает, что в последние годы доля импорта бизнес-услуг от общего объема импорта международных услуг имеет тенденцию роста. Например, если в 2013 году данный показатель составил 16,94%, то в 2016г. вырос до 24,5%, хотя в 2019г. наблюдалось его снижение на уровне 7,84% , в 2020г. восстановился на уровне 15,64% . Среди важнейших видов импорта бизнес-услуг самый высокий темп роста импорта наблюдается в импорте бизнес-услуг по финансовому посредничеству, услуг по управлению воздушным движением и консультационные услуги в инженерной области. Объем импорта таких услуг в 2020г. составил 20427,1 тыс. долл. США, на которых приходится 97,93% импорта бизнес-услуг.

В 2020г. объем импорта бизнес-услуг по финансовому посредничеству составил 1474,6 тыс. долл. США и снизился по сравнению с 2013г. на 83,52%. В этот период объем импорта консультационных услуг составил 429,8 тыс. долл. США и вырос по сравнению с 2013г на 46,44%. Объем импорта консультационных услуг в инженерной области в 2020 году составил 1599 тыс. долл. США и вырос по сравнению с 2013г. в 155 раза.

В 2019г. объем импорта услуг по проведению финансовых ревизий составил 99, 8 тыс. долл. США и снизился по сравнению с 2013г., что составляет 14,33%.

Рост объема импорта услуг наблюдается для импорта услуг по управлению воздушным движением и консультационные услуги в инженерной области. Объем импорта этих видов услуг по сравнению с 2013 г. вырос на 3,4 и 155,2 раза, соответственно (табл.3.3).

Таблица 3.3

Динамика импорта важнейших видов бизнес-услуг в Республике
Таджикистан, тыс. долл. США

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 /2013%
Импорт международных услуг, в целом	193964,1	196421,4	180426,9	136464,3	122232,3	213770,8	203019,3	133319,2	68,73
Услуги по управлению воздушным движением	5059,7	12068,6	6295,4	29158,2	4126,0	5664,3	5910,6	17353,5	342,97
Аренда транспортных средств с экипажем	18425,0	10328,1	16733,7	2027,6	2789,7	1960,5	2282,6	-	-
Консультационные услуги	293,5	520,9	332,3	248,4	2298,6	1453,9	275,75	429,8	146,44
Услуги по финансовому посредничеству	8948,7	10956,9	2880,0	2084,9	10660,6	22645,6	7342,63	1474,6	16,48
Услуги по проведению финансовых ревизий	116,5	251,2	301,2	115,2	146,3	154,2	99,8	-	-
Консультационные услуги в инженерной области	10,3	487,5	159,7	9,4	147,2	19,0	16,2	1599	155,2*
доля бизнес-услуг в структуре импорта международных услуг	16,94	17,62	14,80	24,65	16,50	14,9	7,84	15,64	-

*-раз. Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. – С.604-609.

Неразвитость рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан в настоящее время связана с низким уровнем развития обрабатывающей промышленности в стране.

Сектор бизнес-услуг имеет более высокую подверженность циклическим воздействиям по сравнению с другими секторами сферы услуг. Независимо от того, что в структуре ВВП Республики Таджикистан в последние годы наблюдается устойчивый рост сферы услуг (43,4% в 2020г.) она имеет, в основном, потребительский характер (табл. 3.4).

Таблица. 3.4

Динамика роста некоторых видов бизнес-услуг в Республике

Таджикистан, млн. сомони

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020/ 2013 в %
ВВП	40525,5	45606,6	50977,8	54790,3	64434,3	71059,2	77354,7	82543,0	203,68
Производство услуг	18289,2	18988,0	19972,0	20359,3	25049,9	26111,4	33700,4	35828,3	195,90
Доля сектора услуг в ВВП	43,8	40,3	33,7	36,6	38,1	36,0	43,6	43,4	99,09
Бизнес-услуги в сфере финансовой деятельности, операция с недвижимым имуществом и аренда	739,4	732,0	917,5	895,6	1165,6	508,5	1570	1695,4	229,29
Доля в ВВП	1,82	1,61	1,90	1,64	1,90	0,74	2,03	2,05	112,64
Доля в общем объеме услуг	4,04	3,86	4,46	3,89	4,60	1,69	4,66	4,73	117,08

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан //Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2020. –С.208,212. Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. – С.344.

Доля сектора бизнес-услуг в общем объеме производства услуг согласно данным Статистического ежегодника Республики Таджикистан составляет 4,73%, что является незначительным по сравнению с имеющимся потенциалом рынка бизнес-услуг в республике. Если, с одной стороны, это связано с отсутствием системы учета деятельности предприятий сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан, то с другой стороны – пока многие организации и предприятия в республике, из-за ограниченности финансовых ресурсов, выполняют основные виды деятельности, связанные с бизнес-услугами

собственными силами и не обращаются к поставщикам бизнес-услуг, что требует проведения соответствующих мер по его повышению.

Среди динамичных секторов рынка бизнес-услуг в республике в последние годы являются финансовые услуги, операция с недвижимым имуществом и аренда. Объем оказанных таких услуг в Республике Таджикистан в 2020г. составил 1695,4 млн. сомони и вырос по сравнению с 2013г на 129,29%.

Число предприятий и организаций, оказывающие бизнес-услуги в Республике Таджикистан в 2020г. составил 4076 единиц и вырос по сравнению с 2013 г. на 1068 единиц. В этот период количество поставщиков бизнес-услуг в сфере финансового посредничества составил 378 единиц (выросло на 105 единиц) и в сфере операции с недвижимым имуществом – 3698 единиц и выросло на 1068 единиц (табл.3.5).

Таблица 3.5

Динамика изменения количества предприятий сектора бизнес-услуг в
Республике Таджикистан, единиц

	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020	2020/2013
Предприятия сектора бизнес-услуг, всего ед.	3008	3589	3779	3641	3762	3996	4036	4076	134,18
Услуги в сфере финансового посредничества	273	291	283	310	308	322	356	378	130,40
Операции с недвижимым имуществом	2735	3298	3496	3331	3454	3409	3454	3698	134,55

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан //Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2020. –с.217. Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. –с.350.

Из общего количества зарегистрированных предприятий сектора бизнес-услуг в 2020г. 1902 единиц являются малыми, 262 единиц средними и 26 единиц крупными. За последние 8 лет число предприятий сферы бизнес-услуг выросло на 92 единиц или 29,99% (тал. 3.6).

Таблица 3.6

Количество предприятий сферы бизнес-услуг по размеру

Показатели	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	I	II														
Всего	2735	273	3554	356	3496	283	3331	310	3454	308	3409	822	3554	356	3698	378
действующие	2452	256	1929	261	3004	266	3071	248	1756	670	1821	705	1929	261	1996	225
малые (до 30 чел)	2270	207	1688	214	2741	222	2809	204	1544	521	1588	548	1688	214	1476	184
средние (от 31 до 200 чел.)	168	40	225	37	247	32	246	32	198	141	219	147	225	37	226	31
крупные (более 201 чел.)	14	9	16	10	16	12	16	12	14	8	14	10	16	10	2	10
Примечание: I -операции с недвижимым имуществом; II -Финансовое посредничество																

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан //Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2014–2020. –с.220. Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021. –с.356.

На развитие сектора бизнес-услуг, особенно, наукоемких и интеллектуальных видов в республике, особое влияние оказывают развитие науки и инновации. В Республике Таджикистан до сих пор основным источником финансирования развития науки является государственный бюджет страны (табл.3.7).

Таблица 3.7

Развитие науки и инновации в Республике Таджикистан

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020/ 2013 в %
Расходы из государственного бюджета на науку, тысяч сомони	45037,9	50931,1	52890,7	55503,8	60636,7	66910,7	76401,0	82820,4	183,89
Число научных учреждений, организаций, выполняющих научно-технические работы, единиц	60	63	66	74	80	82	82	82	136,67
Численность работников по научно-технической деятельности, человек	3389	3593	3704	3894	3720	3923	4505	4269	125,97

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. – С.111.

Расходы государственного бюджета на науку в республике в 2020г. составил 82,820 млн. сомони и вырос по сравнению с 2013г. на 37,783 млн.

сомони или 83,89%. Число функционирующих научных учреждений, организаций, выполняющих научно-технические работы в Республике Таджикистан в 2020г. составляет 82 единиц и вырос по сравнению с 2013г. на 36,64% .

На развитие рынка знаниеемких видов бизнес-услуг в Республике Таджикистан особое влияние оказывает объем выполненных научно-технических работ в стране. (табл.3.8).

Таблица 3.8

Объем выполнения научно-технических работ в Республике

Таджикистан, тыс. сомони

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020/ 2013 в %
Выполненный объем работ с начала года	47699,2	52275,5	52799,8	58434,0	70580,4	66788,4	74120,4	75292,7	157,85
в том числе научно-технические работы;	47631,7	52099,5	52287,2	57937,7	70420,9	64892,6	73513,3	74907,1	157,26
из них: проектно-конструкторские и технологические работы;	194,1	204,8	319,0	351,4	120,5	220,3	782,7	575,0	296,24
-изготовление опытных образцов (партий);	43,9				30,0	2345,3	2345,3	-	-
проектные работы для строительства;	45,9	54,2	-	-	20,9	12,4	27,4	45,5	99,13
-научно-технические услуги	2948,7	314,3	32,6	39,1	1825,9	5664,3	5691,8	5990,8	203,17

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости//Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. -С.113.

В 2020г. объем выполненных научно-технических работ в стране составил 75292,7 тыс. сомони и вырос по сравнению с 2013г на 57,85%. Объем выполненных проектно-конструкторских и технологических работ в этот период составил 575,0 тыс. сомони, изготовление опытных образцов 2345,3 тыс. сомони (в 2019г.) и проектные работы для строительства 45,5 тыс. сомони,

что является очень незначительными по сравнению с другими странами СНГ. Объем оказанных научно-технических услуг в 2020г. составил 5990,8 тыс. сомони и вырос по сравнению с 2013 г. на 103,17%.

Важный показатель, характеризующий значение сектора бизнес-услуг в республике в решении социально-экономических проблем общества является его роль в трудоустройстве населения. В Республике Таджикистан наряду с ростом трудоустройства в сфере услуг в последние годы наблюдается и рост занятости в секторе бизнес-услуг (табл.3.9).

Таблица 3.9

Динамика изменения занятости населения в секторе бизнес-услуг
Республики Таджикистан, тысяч человек

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2020/ 2013, %
В секторе услуг, всего	624,6	642,8	675,7	690,5	721,7	726,6	735,3	751,8	120,37
В процентах от общего числа занятости	27,1	27,6	28,4	28,9	30,0	30,3	29,5	30,0	110,70
в секторе бизнес-услуг	39,3	45,2	47,3	44,4	52,8	50,2	53	56,7	144,27
процент от общего числа занятости в сфере услуг	6,29	7,03	7,00	6,43	7,32	6,84	7,2	7,54	119,87
Финансовое посредничество	20,8	24,3	25,0	23,0	21,3	20,2	21,8	24,9	119,71
Операции с недвижимым имуществом, аренда и коммерческая деятельность	18,5	20,9	22,3	21,4	31,5	30,0	31,2	31,8	171,89

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. -С. 139.

В 2020 г. в сфере услуг были заняты 751,8 тыс. человек и их численность выросла по сравнению с 2013 г. на 127,2 тыс. человек или 20,37%. В этот период количество занятого населения в секторе бизнес-услуг составило 56,7 тыс. человек и выросло по сравнению с 2013г. на 44,27%. Хотя пока доля сектора бизнес-услуг в трудоустройстве населения меньше чем

потребительские услуги, годовой темп роста занятости, выше, чем в секторе услуг в целом.

Развитие сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан обеспечивается за счет предприятий данного сектора, строительства, промышленности и финансового сектора экономики.

В 2020 г. объем подрядных работ, строительско-монтажных организаций составил 64583,4 млн. сомони и вырос по сравнению с 2013 годом на 61111,7 млн. сомони или 18,6 раза. В 2019 г. объем выполненных подрядных работ в республике составил 8,76% ВВП страны. В 2013 г. этот показатель был равен 8,5%.

Таблица 3.10

Объем подрядных работ, выполненных собственными силами в
Республике Таджикистан

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.
Объём подрядных работ, выполненных собственными силами, млн. сомони	3471,7	4049,4	5163,8	5757,9	5868,2	7763,3	6778,1	64583,4

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости //Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. -с. 491.

Объем экспорта бизнес-услуг в Республике Таджикистан в 2020 г. составил 3625,3 тыс. долл. США и снизился по сравнению с 2013 г. на 61,88%. Доля бизнес-услуг в общем объеме экспорта международных услуг в Республике Таджикистан составил 2,61%. Данный показатель в 2019г. был равен 5,64%. Основной объем экспорта бизнес-услуг в республике формируется за счет экспорта финансовых услуг для предприятий и организаций, а также услуги по управлению воздушным движением. В структуре экспорта инновационные виды бизнес-услуг полностью отсутствуют (табл. 3.11).

Таблица 3.11

Динамика экспорта важнейших видов бизнес-услуг в Республике
Таджикистан, тыс. долл. США

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020	2019/ 2013%
Общий экспорт международных услуг	363379,4	309500,8	252390,5	231825,0	252000,5	242233,9	242358,3	138533,1	38,12
бизнес-услуги	9684,7	6000,9	10076,9	7209,2	7769,7	8618,5	13689,8	3625,3	37,43
доля в общем объеме экспорта, %	2,67	1,94	3,99	3,11	3,08	3,56	5,64	2,61	97,75
из них: услуги по управлению воздушным движением	8266,9	4116,4	7022,7	6348,8	7450,1	8322,1	12887,7	3529,6	42,70
финансовые услуги	1417,8	1884,5	3054,2	860,4	319,6	296,4	802,1	95,7	6,75

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. -С.600-603.

Основной проблемой развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан, по нашему мнению, является неплатежеспособность заказчиков. Кроме того, многие предприятия и организации еще не чувствовали суть и значение приобретаемых услуг извне по сравнению с их выполнением собственными силами. Например, проведение строительно-монтажных работ со стороны самих строительных компаний часто не отвечает определенным стандартам по сравнению с работой, выполненными специализированными предприятиями. Сегодня перед предприятиями сферы бизнес-услуг стоят новые сложные стратегические задачи по повышению не только доли самого рынка, но и индустриализации страны.

Анализ динамики развития рынка бизнес-услуг показывает, что в Таджикистане есть необходимые предпосылки для формирования устойчивого функционирующего рынка бизнес-услуг. Дальнейший рост сектора бизнес-услуг способствует развитию инновационной среды страны, роста индустриализации и развитие других отраслей экономики страны.

В настоящее время основные предприятия сектора бизнес-услуг относятся к малым и средним предприятиям. К сожалению, уровень поддержки

таких предприятий является низким. Особенно отсутствует система информационной, маркетинговой и образовательной поддержки малых предприятий сектора бизнес-услуг. К ним относятся фирмы, использующие заемные средства для оказания услуг, принимающие участие в реализации инвестиционных проектов, направленных на расширение производства.

Проведенный анализ показал, что структура рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан еще полностью не сформировалась. Если на первый взгляд видна небольшая доля сектора бизнес-услуг в структуре ВВП и создание стоимости, то с другой стороны отсутствие необходимых статистических данных о приобретаемых услугах предприятиями и организациями реально затрудняет определение динамики данного рынка.

Хотя уровень заработной платы работников в сфере бизнес-услуг в республике значительно ниже, чем в развитых странах, однако среди отраслей сферы услуг данный показатель является существенно высоким. Доля работников с высшим образованием в секторе бизнес-услуг достигает до 80% и это вполне оправдано закономерностями развития рынка бизнес-услуг, связанное с наличием значительных навыков поставщика бизнес-услуг.

Сфера бизнес-услуг является относительно новым направлением развития сферы услуг в Республике Таджикистан.

Развитие инновационных бизнес-услуг финансируется, в основном, за счет республиканского бюджета и иностранных инвестиций.

Таким образом, проведенное исследование показало, что в республике есть основные предпосылки для формирования и развития рынка бизнес-услуг. Это, прежде всего, связано с повышением объема спроса, а также и предложения на бизнес-услуги. Однако, для дальнейшего развития данного рынка в Республике Таджикистан с нашей точки зрения, необходимо принимать следующие меры:

- развитие производственных и иных отношений предприятий и организаций, специализирующихся для предоставления бизнес-услуг предприятиям производственного сектора. Для этого при организации таких фирм необходимо выбрать соответствующие местонахождение, которое

позволило бы этим предприятиям развивать сотрудничество с потенциальными клиентами. Исходя из этого, желательно, чтобы предприятия предоставляющие бизнес-услуги были расположены в центрах деловой активности. Представителям фирм и организаций, специализирующихся на предоставлении наукоемких видов бизнес-услуг необходимо развивать сотрудничество с научно-исследовательскими институтами и вузами;

- стимулирование темпов экономического роста, которое гарантирует динамичность рынка бизнес-услуг, так как многие виды бизнес-услуг необходимы при стартапе компании, при его переходе на стадию роста или банкротства предприятий. Уровень развития данного рынка зависит от масштабной индустриализации и реализации планов стратегического развития страны. Исходя из этого, стимулирование экономического роста, в свою очередь, обеспечит рост объема бизнес-услуг и расширение его ассортимента;

- улучшение инфраструктуры предоставления бизнес-услуг. Доступность и качество бизнес-услуг связано с наличием основных элементов инфраструктуры данного рынка, такие как транспортная инфраструктура, наличие средств связи, которые гарантируют концентрацию фирм в определенном регионе страны. Также наличие такой инфраструктуры гарантирует успешную деятельность таких фирм не только в национальном, но и в международном масштабе. Развитие международного взаимодействия таких фирм посредством средств связи или личного взаимодействия являются ключевыми элементами для обмена знаниями. Доступ к глобальным сетям гарантирует доступ к новым знаниям и навыкам;

- улучшение инновационной среды функционирования предприятий сектора бизнес-услуг. Концентрация современных бизнес-услуг по определенной территории зависит от наличия условий для реализации инновационных идей, развития новой техники и технологии. Географическая близость таких фирм играет жизненно важную роль в производстве знаний, что подчеркивает важность местной инновационной среды функционирования бизнеса как решающего фактора развития сектора бизнес-услуг. Кроме того,

наличие высококвалифицированных и опытных работников считается необходимым условием для развития деловых услуг;

- необходимо эффективно использовать все имеющиеся возможности для формирования предпосылки динамичного развития сектора бизнес-услуг в стране. Отечественным предприятиям необходимо все больше выделять финансовые средства для развития высокотехнологичных производств, таких как производство бытовых, компьютерных, электронных технологий, которые сформируют определенный спрос на различные ассортименты бизнес-услуг.

3.3. Особенности и факторы формирования спроса на бизнес-услуги в условиях рыночной экономики

В Республике Таджикистан в последние годы активно расширяется структура рынка услуг и появляются новые виды операционных и знаниеемких бизнес-услуг, которые имеют большое значение для развития смежных отраслей производства, индустриализации страны и достижения устойчивого экономического роста. В этой связи, определение направлений развития рынка бизнес-услуг в стране с учетом оценки динамики спроса и перспективы его роста на такие услуги являются актуальными.

Для определения уровня спроса на бизнес-услуги, как основа развития данного рынка в стране, необходимо исследовать динамику изменения количества зарегистрированных предприятий и организаций в стране, особенно новых предприятий и ликвидированных. Так, как по сравнению с действующими предприятиями, которые имеют необходимый уровень опыта о ведении хозяйственной деятельности, вновь созданные предприятия и организации часто нуждаются в качественных бизнес-услугах, особенно консультационных, при регистрации своей деятельности, ведении бухгалтерского отчета и порядка налогообложения деятельности и производимых товаров или услуг. Кроме того, предприятия и организации, которые находятся на грани банкротства или имеют трудное финансовое положение нуждаются в качественных бизнес-услугах в сфере проведения

аудита или финансовой ревизии. Наряду с этим, из-за отсутствия статистических данных в стране об использовании бизнес-услуг как промежуточный ресурс для производства товаров или оказания других услуг, необходимо провести дополнительный опрос среди предприятий и организаций о выявлении изменений спроса на соответствующие бизнес-услуги. В табл. 3.12 приведена динамика изменения количества предприятий и организаций в Республике Таджикистан за 2013-2020 гг.

Таблица 3.12

**Динамика изменения количества предприятий и организаций в
Республике Таджикистан за 2013-2020 годы**

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020/ 2013
Юридические лица, всего	31981	42206	42358	42347	42031	43225	46465	47639	148,96
В том числе юридические лица, зарегистрированные вне «Единого окна»			7217	5763	4164	2417	4500	4500	62,35
филиалы и представительства иностранных юридических лиц действующие	412	412	459	494	515	533	588	608	147,57
юридические лица	31353	39141	31798	31187	30841	33217	35054	35392	112,88
филиалы и представительства иностранных юридических лиц ликвидированные	344	373	391	379	363	373	374	373	108,43
юридические лица	1559	3065	4897	6996	8773	10035	11411	12247	785,57
филиалы и представительства иностранных юридических лиц	68	86	86	136	170	185	214	235	345,59

Источник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2021. - С.347.

Исследование показывает, что в 2020г. в республике было зарегистрировано 47639 единиц юридических лиц, что на 15658 единиц или на 48,96% больше по сравнению с 2013 г. В этот период число действующих предприятий и организаций составило 35765 единиц, что на 4068 единиц больше чем по сравнению с 2013г. В 2020 году число новых

зарегистрированных предприятий и организаций составило 1174 единиц. Только в сфере промышленности в 2020 году в Республике Таджикистан были построены и сданы в эксплуатацию 119 промышленных предприятий¹⁴¹. Число ликвидированных юридических лиц в 2020 г. составило 12247 единиц, что на 10688 единиц больше чем по сравнению с 2013г. Тенденция роста числа вновь зарегистрированных предприятий и организаций в республике сформирует дополнительный спрос на бизнес-услуги, что требует необходимости разработки соответствующих мероприятий для стимулирования темпа роста данного сегмента рынка.

С целью оценки перспективных направлений формирования спроса на бизнес-услуги нами был проведен опрос среди 60 предприятий и организаций, в том числе 18 промышленных предприятий, 7 сельскохозяйственных, 8 предприятий сферы гостиничной индустрии, 15 строительных, 4 телекоммуникационных предприятий и 8 предприятий финансового сектора (табл. 3.13).

Таблица 3.13

Общая характеристика предприятий и организаций (респондентов)

Показатели	Критерий оценивания	Число исследуемых предприятий, N=60	%
Опыт работы на рынке	до 5 лет	13	21,67
	от 5 -10 лет	22	36,67
	более десяти лет	25	41,67
Сфера деятельности	промышленность;	18	30,00
	сельское хозяйство;	7	11,67
	гостиничная деятельность;	8	13,33
	строительство	15	25,00
	телекоммуникации	4	6,67
	финансовый сектор	8	13,33
Форма собственности	государственная	6	10,00
	частная	46	76,67
	иностранная	4	6,67
	смешанная	4	6,67
Размер предприятия	крупная	12	20,00
	средняя	46	76,67
	малая	2	3,33
Место Функционирования	столица и РРП	50	83,33
	другие регионы	10	16,67

¹⁴¹ Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. -Душанбе, АСПРТ, 2021.-С.399

Источник: составлено автором, на основе данных приложения 1.

Критерии выбора предприятий основывались на наличие их опыта и репутации на рынке, расширения производственной деятельности, а также развитая внешнеэкономической деятельности. Эти предприятия, представляли основные отрасли экономики страны. Опрос был проведен с целью выявления спроса на различные виды бизнес-услуг, определения факторов, влияющих на динамику спроса на бизнес-услуги, привлечение сторонних организаций для их выполнения, определения проблемы развития рынка бизнес-услуг, выявления взаимосвязи между использованием бизнес-услуг и эффективностью работы предприятий.

В частности, из общего число исследуемых предприятий и организаций, 41,67% работают на рынке более 10 лет, 36,67% с 5 до 10 лет и 21,67% до 5 лет, 76,67% исследуемых предприятий относились к средним предприятиям, 20% к крупным и 3,33% к малым предприятиям. По формам собственности 76,67% частные, 10,00% – государственные и 13,34% – иностранные предприятия или предприятия с иностранным участием.

Результаты проведенного опроса показывают, что только 15% исследуемых предприятий и организаций очень редко используют бизнес-услуги внешних поставщиков, которые в основном относятся к малым и средним предприятиям. Остальные 85% исследуемых предприятий положительно оценивают роль бизнес-услуг в своей деятельности и часто приобретают их.

Структура использования бизнес-услуг в исследуемых предприятиях и организациях отличается в зависимости от сферы их деятельности. Например, наиболее часто приобретаемые виды бизнес-услуг среди промышленных предприятий являются бизнес-услуги в сфере маркетинга, стимулирования сбыта, логистических услуг, услуг по транспортировке и хранению грузов. Некоторые промышленные предприятия также имеют спрос на бизнес-услуги в сфере проектирования, разработки и сопровождения проектной, технической или иной документации(табл. 3.14).

Использование бизнес-услуг предприятиями и организациями
в Республике Таджикистан

(распределение ответов в процентах для каждого вида бизнес-услуг)

Виды бизнес-услуг	не нуждаются в таких услугах		выполняют своими силами		иногда приобретают извне		постоянно приобретают извне	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Юридические услуги	3	5,00	26	43,33	25	41,67	6	10,00
Маркетинг, реклама	0	0,00	8	13,33	12	20,00	40	66,67
Бухгалтерские услуги	0	0,00	32	53,33	16	26,67	12	20,00
Логистика, транспортировка и хранение	16	26,67	20	33,33	13	21,67	11	18,33
Услуги в сфере информационных технологий	7	11,67	12	20,00	15	25,00	26	43,33
Разработка проектов	2	3,33	35	58,33	13	21,67	10	16,67
Обслуживание технологического оборудования	1	1,67	10	16,67	24	40,00	25	41,67
Разработка новых видов продукции	1	1,67	10	16,67	24	40,00	25	41,67
Управленческий консалтинг	7	11,67	10	16,67	22	36,67	21	35,00
Рекрутинг	0	0,00	42	70,00	12	20,00	6	10,00
Другие	0	0,00	18	30,00	22	36,67	20	33,33

Источник: составлено автором, на основе данных приложения 1

Телекоммуникационные предприятия часто приобретают компьютерные и информационные бизнес-услуги, услуги в сфере технологического обслуживания оборудования и т.д. Предприятия гостиничного сектора предпочитают в основном аудит, техническое обслуживание, ремонт специального оборудования сертификацию, патентные услуги и т.д.

Наиболее часто приобретаемыми видами бизнес-услуг среди банковских учреждений являются аудиторский, консалтинговый, управленческий консалтинг, повышение квалификации сотрудников, юридические и бухгалтерские услуги.

Исследование показало, что значительный спрос на бизнес-услуги в Республике Таджикистан проявляется со стороны промышленных, строительных предприятий и предприятий в сфере гостеприимства.

По мере развития сферы туризма в республике в стране актуализируется создание новых гостиничных комплексов, ресторанов и хостелов на основе международных стандартов, что невозможно без привлечения соответствующих поставщиков бизнес-услуг, так как более высокая интенсивность использования бизнес-услуг не только улучшит экономические показатели деятельности других предприятий, но и всей отрасли в целом.

Важнейшим фактором, оказывающим влияние на рост спроса на бизнес-услуги в банковском секторе Республики Таджикистан является финансовый кризис, который привел к ухудшению кредитоспособности банковских учреждений, потере доверия населения и снижения спроса на банковские услуги.

Вклад в развитие современного общества создает необходимые предпосылки для его дальнейшего прогресса. Динамику услуг определяют специализация, интеграция, развитие инновационной деятельности и гуманность общества.

На региональном уровне спрос на бизнес-услуги в основном проявляется в промышленных городах, и регионах, которые богаты полезными ископаемыми. Если в крупных городах более востребованы такие виды бизнес-услуг, как аудит, маркетинговые, логистические услуги, услуги в сфере информационных технологий, то в регионах богатыми недрами и природными ресурсами более востребованы бизнес-услуги в сфере проектирования, проведения геологоразведочных работ, проведения технико-экономической оценки проекта и др.

Расположение поставщиков бизнес-услуг определяется месторасположением их потребителей, а не другими рыночными факторами. Там, где требуется участие клиента при реализации бизнес-услуг, близость к их потребителям необходима.

Привлечение внешних поставщиков бизнес-услуг зависит от сферы деятельности предприятия и их способностей решения внутренних проблем. Спрос многих исследуемых предприятий на компьютерные услуги и услуги в сфере ИТ, логистические услуги, бухгалтерские услуги и услуги в области рекламы преимущественно удовлетворяется внешними поставщиками бизнес-услуг. Юридические услуги, подбор кадров, обслуживание технологического оборудования часто поставляются собственными силами предприятий и организаций. Среди видов бизнес-услуг часто поставляемыми внешними поставщиками являются аудиторские и консалтинговые услуги, а также подготовка кадров к выполнению сложной технологической работы (табл.3.15).

Таблица 3.15

Значения факторов использования сторонних бизнес-услуг
(по десятибалльной шкале)

№ пп	ФАКТОРЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ БИЗНЕС-УСЛУГ ОТ ВНЕШНИХ ПОСТАВЩИКОВ	среднее значение
1.	Экономия затрат при использовании услуг сторонних организаций	5,333
2.	Отсутствие на предприятии специалистов соответствующего профиля	8,333
3.	Отсутствие необходимого оборудования	5,667
4.	Сравнительно высокий уровень квалификации внешних поставщиков, чем на предприятии	9,217
5.	Улучшение финансовых и экономических показателей	9,650
6.	Повышение конкурентоспособности бизнеса	9,333
7.	Снижение расходов на управление персоналом и кадровое делопроизводство	4,650
8.	Экономия за счет сокращения (не привлечения) штатного персонала	5,333
9.	Внедрение передовых технологий управления на базе информационных технологий	5,667
10.	Другие причины	4,967

Источник: составлено автором на основе данных приложения 1

Исследование показывает, что основной фактор обращения предприятий и организаций к внешним поставщикам связан с нехваткой специалистов, с более высоким качеством бизнес-услуг со стороны специализированных фирм и более коротким периодом выполнения таких услуг. Целью приобретения таких услуг, в основном, является улучшение финансовых и экономических показателей предприятия и повышение конкурентоспособности бизнеса. Особенно, важным фактором выбора консалтинговых, бухгалтерских и

аудиторских услуг является качество привлеченных специалистов. Исследование показывает, что между спросом на бизнес-услуги и темпом производительности имеется прямая связь. Чем больше предприятия и организации тратят на бизнес-услуги, тем больше растет производительность труда и капитала на предприятии. (табл. 3.16)

Таблица 3.16

Взаимосвязь между производительностью труда и использованием бизнес-услуг на предприятиях и организациях (по десятибалльной шкале)

№ пп	Классификация предприятий и организации	среднее значение
1.	Промышленные предприятия;	7,83
2.	Сельскохозяйственные предприятия;	6,71
3.	Предприятия гостиничной индустрии	7,75
4.	Строительные предприятия	6,73
5.	Телекоммуникационные предприятия	5,50
6.	Организации финансового сектора	5,75

Источник: составлено автором на основе данных приложения 1

Анализ показывает, что на предприятиях и организациях, которые часто используют бизнес-услуги, темп производительности труда выше, чем на предприятиях и организациях, которые полагаются на собственные силы при появлении потребностей на необходимые бизнес-услуги. Исследование показывает, что самыми интенсивными пользователями бизнес-услуг в Республике Таджикистан являются гостиничные комплексы, действующие под иностранным брендом, совместные предприятия и предприятия, деятельность которых направлен на экспорт. Многие отечественные предприятия, которые производят товар только для удовлетворения потребностей внутреннего рынка, в основном, редко обращаются к поставщикам бизнес-услуг.

Более быстрый рост производительности среди интенсивных пользователей бизнес-услуг, способствовал более быстрому росту дохода этих предприятий и повышению их конкурентоспособности на внутреннем рынке. Среди исследуемых предприятий интенсивными пользователями бизнес-услуг

являются предприятия, которые имеют значительную роль в развитии этих соответствующих секторов экономики в ВВП страны.

Среди бизнес-услуг, которые предприятия и организации предпочитают выполнять своими собственными силами, наиболее подходящими являются кадровые услуги, услуги ПР, разработка новых видов товаров и услуг, уборка помещений и другие бизнес-услуги.

Причинами, по которым предприятия и организации не обращаются к поставщикам бизнес-услуг, являются высокая цена таких услуг, нехватка финансовых ресурсов, недоверие к поставщикам бизнес-услуг и др. (табл. 3.17)

Таблица 3.17

Значение факторов выполнения бизнес-услуг собственными силами

№ пп	Наименование факторов	среднее значение;
1.	Наличие опыта в данной сфере	4,867
2.	Своими силами дешевле	8,967
3.	Наши специалисты лучше знают специфику нашей работы	7,533
4.	Риск утечки информации	8,750
5.	Высокая стоимость бизнес-услуги извне	8,533
6.	Ненадежность партнеров	4,533
7.	Отсутствие сотрудничество	7,650
8.	Отсутствие качественных поставщиков бизнес-услуг в регионе	5,417
9.	Другие причины	5,533

Источник: расчеты автора

Многие производители сельскохозяйственных продуктов в большинстве случаев выполняют многие виды бизнес-услуг собственными силами. Сельскохозяйственные производители сегодня выполняют ряд сервисных функций по проектированию сельскохозяйственных земель, управлению производством и сбытом, консультированием, подборе кадров, обучению персонала, маркетингу, транспортировке и хранению сельскохозяйственных товаров.

Для некоторых исследуемых предприятий оказание бизнес-услуг собственными силами является обычной их культурой, и они обращаются к внешним поставщикам бизнес-услуг только в условиях столкновения с серьезной трудностью. Для них покупка бизнес-услуг от специализированных

предприятий и организаций являются крайней необходимостью. Если это, с одной стороны, зависит от мышления руководителей использовать внутренние трудовые ресурсы для решения всех проблем, то с другой стороны отсутствие реальной конкуренции на рынке из-за доминирующей позиции фирмы на внутреннем рынке являются основными причинами удовлетворения спроса на бизнес-услуги собственными силами.

Кроме того, оказания бизнес-услуг на предприятиях связано с сокращением производственных затрат, так как внутренние трудовые ресурсы могут оказать соответствующие услуги без осуществления дополнительных платежей. Например, предоставление юридических и консультационных услуг со стороны юридического отдела предприятия, бухгалтерские услуги со стороны экономического отдела или бухгалтерии и ИТ услуги специалистами центра технического обслуживания и т.д.

Однако, необходимо отметить, что часто такое поведение вводит в заблуждение руководителей фирм. Так, качество предоставляемых услуг внутренними специалистами фирм намного отстает от качества услуг предоставляемые специализированными поставщиками бизнес-услуг. Даже наблюдается случай когда при неправильном техническом обслуживании производственного оборудования внутренними специалистами, техника становится полностью неработоспособной, в результате чего расходы предприятия намного превышает цены услуг оказываемые сторонними компаниями или предприятиями. Или уровень знания внутренних аудиторов и бухгалтеров намного отстает от знания признанных поставщиков соответствующих услуг. Если речь идет о предпочтении внутреннего аудита внешнему, то часто на качество отчета внутренних аудиторов влияют субъективные факторы, родственность, знакомство или личные интересы и мотивы.

Наряду с этим, для некоторых предприятий наличие квалифицированных кадров является основным фактором оказания бизнес-услуг собственными силами.

Таким образом, исследование показывает, что упомянутые проблемы являются серьезным препятствием формирования спроса на бизнес-услуги. Исследование динамики спроса в разрезе предприятий и отрасли показывает, что для предприятий секторов строительства и промышленности ежегодно в зависимости от роста объема производства и оказанных услуг растет и спрос на услуги по выполнению подрядных работ, логистических и бухгалтерских услуг и т.д. Наоборот, для предприятий банковского сектора, по мере роста оказанных банковских услуг, спрос на бизнес-услуги падает. Это связано с тем, что по мере роста доходов этих компаний их расходы на содержание внутренних кадров растут и внутренний персонал этих предприятий ежегодно приобретает новые знания и навыки, которые позволяют в дальнейшем выполнять собственными силами работы и услуги, ранее приобретаемые у сторонних организаций. Например, специалисты этих предприятий сами учатся разрабатывать новые банковские или мобильные программы, проводить маркетинговое исследование рынка или разрабатывать новые банковские или мобильные услуги. Для предприятий гостиничного сектора спрос на бизнес-услуги почти не изменяется. Так как они, ежегодно привлекая международных клиентов, используют международные системы бронирования, расход на которых составляет определенную долю от объема оказанных гостиничных услуг.

Среди видов бизнес-услуг в Республике Таджикистан наиболее интенсивными темпами растет спрос на маркетинговые услуги, рекламные услуги, что говорит об усилении конкуренции на внутреннем рынке и попытке отечественных товаропроизводителей выйти на новые рынки.

Для определенных предприятий и организаций характерно также наличие неудовлетворенного спроса. Это связано в основном с тремя факторами. Во-первых, для привлечения внешних поставщиков бизнес-услуг не хватает финансовых ресурсов предприятий. Во-вторых, внутренние специалисты не

имеют опыта в предоставлении таких услуг, и в третьих – это связано с отсутствием информации о реальном поставщике бизнес-услуг на рынке или недостаточное развитие определенных отраслей сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Независимо от того, что многие исследуемые предприятия и организации положительно оценивают качество оказываемых бизнес-услуг посторонними организациями, однако высокая цена на бизнес-услуги по сравнению с ценой производимых ими товаров на внутреннем рынке не позволяет им пользоваться этими услугами.

В таблице 3.18 приведены перспективные направления спроса на соответствующие виды услуг в зависимости от отраслей экономики.

Таблица 3.18

Перспективные направления спроса на соответствующие виды
бизнес-услуг в зависимости от отраслей экономики

Сфера экономики	Соответствующие виды услуг
Промышленные предприятия	управление и логистика, инженерные услуги, разработка новых технологий, подготовка высококвалифицированных кадров, установка современных информационных систем на предприятии и создание новых конкурентоспособных видов продукции.
Предприятия гостиничной индустрии	аудиторские, консалтинг, услуги по применению программного обеспечения, услуги по обслуживанию и ремонту вычислительной техники, услуги в области рекламы.
Финансовые предприятия	аудит, консалтинг, услуги по применению программного обеспечения, услуги в области рекламы.
Телекоммуникационные	юридические, услуги по применению программного обеспечения, услуги по обработке данных, услуги по обслуживанию и ремонту вычислительной техники, услуги в области рекламы.
Сельскохозяйственные предприятия	услуги по обслуживанию и ремонту вычислительной техники, услуги в области исследований и разработок, лизинг, консультационные услуги, услуги по хранению товаров, услуги по переработке давальческого сырья и др.
Строительные	архитектурные, риэлтерские услуги.

Источник: составлено автором на основе данных приложения 1

Несмотря на то, что регулируемые бизнес-услуги, такие как аудит и обеспечение, налоговое консультирование и соблюдение требований, всегда

востребованы, рост спроса на бизнес-консультации, выходящие за рамки нормативно-правовых требований становится значительным и неотложным, поскольку предприятия адаптируются к меняющимся тенденциям и динамике бизнеса. Это обусловлено главным образом растущим спросом на профессиональные услуги, чтобы помочь корпорациям решать вопросы, связанные с их стратегическими направлениями.

Важным фактором выбора поставщика бизнес-услуг среди предприятий и организаций являются качество, значимость бизнес-услуг, своевременное предоставление (табл. 3.19).

Таблица 3.19

Факторы, которые делают бизнес-услуги приоритетными

Наименование факторов	промышленные предприятия	предприятия гостиничной индустрии	финансовые предприятия	телекоммуникационные предприятия	сельскохозяйственные предприятия	строительные предприятия
Своевременность предоставления бизнес-услуг	+	+	+	+	+	+
Качество бизнес-услуг	+	+	+	+	+	+
Цена услуги	+	+	+	+	+	+
Относимость к делу, актуальность	+	+	+	+	+	+
Региональная и глобальная поддержка		+	+	+	+	+
Широкая номенклатура услуг	+	+	+	+	+	+

Источник: составлено автором на основе данных приложения 1

Важнейшие виды бизнес-услуг, на которые растет спрос на ближайшие три года, являются аудит, налоговые консультации, ИТ-услуги и консалтинг. В долгосрочной перспективе возможно формирование спроса на бизнес-услуги по управлению рисками. Особенно в условиях глобализации и роста конкуренции для фирм и предприятий, которые работают на внешние рынки необходимо увеличить их бюджет в сфере управления рисками.

Важным аспектом взаимодействия между поставщиками и потребителями бизнес-услуг являются способы установления коммуникации между ними. Эффективная коммуникация важна для обеспечения безопасности и поддержки клиентов. Проведенный опрос показывает, что большинство

предприятий и организаций предпочитают установление взаимоотношений с поставщиками бизнес-услуг в электронной форме, а затем детальное изучение вопроса – посредством организации с ними встреч.

Предприятия и организации все чаще обращаются к поставщикам бизнес-услуг для повышения своего конкурентного преимущества и расширения бизнеса. Спрос на бизнес-услуги также очевиден на предприятиях, растущих и управляющих бизнес-рисками в неопределенных экономических условиях. Кроме того, исследования показали, что бизнес-услуги важны для поддержки предприятий в достижении их деловых целей.

Для предприятий и организаций, работающие в финансовом секторе наблюдается рост спроса на консультативные услуги и услуги в сфере кибербезопасности.

В последние годы консультативные услуги были наиболее успешными для фирм, предоставляющих профессиональные услуги, такие как юридические, бухгалтерские, налоговые, инженерные и архитектурные, что подчеркивает важность профессиональных услуг для предприятий.

Независимо от того, что по мере роста спроса на бизнес-услуги параллельно растет и предложение последнее время наблюдается расширение степени разрыва между ожиданием клиентов и реально получаемых услуг, так как в среднем 25% респондентов считает, что предполагаемый разрыв между бизнес-услугами, которые нуждаются для решения своих проблем и то что реально оказывают поставщики бизнес-услуг, является значительным. Это в основном, связано с нехваткой определенных кадров, не достаточная квалификация персонала предприятий сферы бизнес-услуг и недостаточный международный опыт в этой сфере. Проблемы нехватки кадров в условиях Таджикистана связаны с тем, что фирмы, предоставляющие профессиональные бизнес-услуги, сталкиваются с проблемой сохранения кадров из-за невозможности обеспечить им того уровня заработной платы, которое требует рынок. Это, в свою очередь, влияет на рост компаний, оказывающих

профессиональные услуги, и на способность оказывать поддержку профессиональных услуг с международным охватом.

Существуют три проблемы, которые препятствуют развитию сектора бизнес-услуг, а именно: сложность преобразования фирм в зависимости от быстрого изменения среды его функционирования, сопротивление с внедрением цифровых и развивающейся технологии и нехватка кадров.

Таким образом, быстро меняющаяся бизнес-среда требует более широкого спектра услуг, предлагаемых профессиональными бухгалтерами, консультантами, аудиторами и др.

Предприятиям сферы бизнес-услуг в таких условиях необходимо развивать свой потенциал путем наращивания знаний. Знания необходимы во всех секторах бизнес-услуг и позволяет оправдывать ожидание клиента со способностями поставщика бизнес-услуг. Расширение и углубление знаний поможет поставщикам повысить качество предоставляемых услуг и максимально соответствовать требованиям клиента. Поставщики бизнес-услуг должны обладать знаниями как в области глобальной, так и в региональной перспективе, а также отраслевыми и специализированными знаниями для лучшей поддержки клиентов.

Другие проблемы, которые сталкиваются поставщики бизнес-услуг связаны со сложностями доступа к финансированию, трудностями с привлечением подходящего профессионального персонала, трудностями с поиском и привлечением клиентов, усилением конкуренции и ростом затрат для ведения бизнеса.

Таким образом, для поставщиков бизнес-услуг крайне важно оптимизировать свои ресурсы, чтобы расширить возможности и компетенции с тем, чтобы удовлетворить требования своих клиентов и расширить свою деятельность. Сегодня для повышения конкурентоспособности предприятиям сектора бизнес-услуг необходимо принимать меры по установлению партнерских отношений между ними как на национальном, так и на международном уровне.

Необходимо создать сети сотрудничества между такими предприятиями для получения доступа к необходимым знаниям и навыкам. Несмотря на ограниченные ресурсы, предприятиям сферы бизнес-услуг необходимо вкладывать средства на повышение своей компетенции, чтобы повысить качество оказываемых услуг и их значимость для клиента. Это позволяет увеличивать вероятность удержания клиентов, а также привлечения новых клиентов. Кроме того, увеличение инвестирования в обучение существующего персонала и привлечение опытных специалистов, хотя в краткосрочной перспективе, существенно увеличит затраты поставщика бизнес-услуг на ведение бизнеса, то в долгосрочной перспективе – повышает получать доход от предоставления бизнес-услуг.

Таким образом, на основе проведенного исследования перспективных направлений формирования спроса на бизнес-услуги, можно сделать следующие выводы.

1. Основной спрос на бизнес-услуги в Республике Таджикистан формируется за счет средних и крупных промышленных, гостиничных, строительных предприятий. По мере расширения объема товарооборота этих предприятий они предпочитают не выходить за рамки основной сферы деятельности. Они положительно оценивают роль специализации в развитии бизнес-услуг и осознают качество бизнес-услуг извне по сравнению с тем, что выполняют их собственными силами.

2. На развитие формирования спроса на внутреннем рынке особенно влияет структура промышленности страны. Чем больше страна специализируется в производстве сложных промышленных продуктов, тем выше спрос на бизнес-услуги. В свою очередь, предложение таких бизнес-услуг обеспечивается, в основном, за счет внешних поставщиков. Так как Республика Таджикистан по уровню развития техники и технологии во многом отстает от других стран, в стране не хватает высококвалифицированные инженеры, и многие виды высоко-технологических бизнес-услуг покупается зарубежом.

3. На инновационные виды бизнес-услуг основной спрос формируется в Республике Таджикистан со стороны телекоммуникационных, гостиничных предприятий и банковских институтов. Эти предприятия и организации более склонны к инновациям. Одну из причин неразвитости инновации в сфере оказания бизнес-услуг можно связывать с отсутствием развитой системы взаимодействия предприятий и организаций и научно исследовательскими институтами в Республике Таджикистан. Развитие такого взаимодействия в будущем может создавать новые возможности для развития рынка бизнес-услуг, повышения производительности и усиления позиции отечественных фирм на рынке.

4. Перспективные направления развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан зависит от роста спроса и предложения на бизнес-услуги. На состояние спроса в ближайшей перспективе может повлиять расположение поставщиков бизнес-услуг вблизи текущих или потенциальных клиентов, а также уровень развития экономики страны. Проведенный анализ показал, что в перспективе бизнес-услуги развиваются в промышленных городах страны, в которых постоянно предъявляется спрос на такие услуги.

5. По мере роста индустриализации страны, роста числа вновь созданных предприятий и организаций, расширения динамичности развития рынка растут такие подсектора бизнес-услуг, которые необходимы для стартапов, трансформации, роста или банкротства компаний. Динамичность развития рынка промышленных и сельскохозяйственных товаров создает спрос на бизнес-услуги, которые необходимы на различных стадиях жизненного цикла предприятия.

6. Наряду с фактором спроса на развитие рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан также влияют и факторы предложения. На рост числа предприятий сектора бизнес-услуг могут повлиять доступность рынка, развитая транспортная и телекоммуникационная инфраструктура. Данные факторы являются необходимыми для концентрации фирм в конкретной области или регионе страны.

Среди элементов инфраструктуры рынка бизнес-услуг инновационная инфраструктура является жизненно важным элементом формирования и развития рынка бизнес-услуг. Доступ к относительно новым знаниям и распространению знаний имеет решающее значение для концентрации современных бизнес-услуг в крупных городах. В этом контексте уровень развития взаимоотношений между научно исследовательскими институтами и поставщиками бизнес-услуг играет жизненно важную роль в производстве и распространении знания, что подчеркивает важность местной инновационной среды для развития местного рынка. Кроме того, на развитие рынка бизнес-услуг также влияет и структура рынка образования в стране, так как высококвалифицированные и опытные работники являются основным фактором развития рынка бизнес-услуг.

3.4. Тенденции развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан

Важным сегментом рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан является рынок аудиторско-консалтинговых услуг. Переход к рыночным условиям в республике актуализировало формирование и развитие рынка аудиторско-консалтинговой деятельности, как важный элемент контроля, обеспечивающий объективность оценки финансового положения и достоверности бухгалтерской отчетности предприятий и организаций. Аудиторско-консалтинговые фирмы, как основной субъект данного рынка, играют важную роль в решении наиболее сложных вопросов, возникающих в процессе функционирования хозяйственных субъектов. Аудиторско-консалтинговые услуги являются наиболее востребованным видом бизнес-услуг среди субъектов предпринимательской деятельности. «Эффективность всего механизма взаимодействия финансово-производственной сферы в

большей степени зависит от взаимного доверия и достоверности финансово-экономической информации»¹⁴².

Сущность аудиторско-консалтинговых услуг заключается в том, что они обеспечивают развитие предприятий и организаций в условиях рыночной конкуренции, поддержания уровня рентабельности на нормальном уровне¹⁴³.

Субъекты аудиторско-консалтинговой деятельности специализируются в оказании аудиторских, консалтинговых, бухгалтерских и юридических услуг предприятиям и организациям, а также индивидуальным предпринимателям на основании отечественных и международных стандартов, обеспечивающим позволяющие устойчивое развитие предпринимательства в стране.

Совмещение рынка аудиторских и консалтинговых услуг в рамках нашего исследования обосновывается тем, что консалтинг и аудит представляют собой профессиональную интеллектуальную услугу. Если в результате проведения аудита дается заключение о достоверности бухгалтерской отчетности, то консалтинг как конечный продукт (продолжение данного действия) предоставляет рекомендации для исправления существующих недоделок в бухгалтерских отчетах, а также советы по решению других жизненно важных в хозяйственной деятельности предприятий и организаций.

Исходя из этого, можно отметить, что аудиторско-консалтинговые услуги – это услуги в сфере анализа и консультирования деятельности хозяйствующего субъекта на основе анализа и контроля их финансово-хозяйственной деятельности в целях определения проблем и неточностей в деятельности и разработки рекомендаций для устранения недостатков и реализации мер для обеспечения достижения стратегий развития.

¹⁴² Нургазиева Л.А., Основные направления деятельности аудиторско-консалтинговых компаний / Л.А.Нургазиева. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://repository.almau.edu.kz>. (Дата обращения - 13.10.2020 г.).

¹⁴³ Звороно А.Ф. Сущность и специфика современных аудиторских услуг / А.Ф. Звороно. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalvest.ru/nv-articles/detail.php?ID=26175> (Дата обращения - 20.10.2020 г.).

В мировой практике в последнее десятилетие наблюдается интенсивное развитие рынка аудиторско-консалтинговых услуг. Информационно-коммуникационные технологии сегодня существенно расширили границы функционирования предприятия, улучшение технологического процесса и качества ведения бизнеса. В мировой практике различают три модели предоставления аудиторско-консалтинговых услуг, такие как открытие офиса в интересующем регионе, участие в капитале и бренде.

Значение аудиторско-консалтинговых услуг для развития бизнеса значительно выросло в конце XX и в начале XXI столетия. Исследование показывает, что основная причина развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг связано с необходимостью поиска новых идей для развития и расширения бизнеса, а также с сокращением времени, необходимое для решения бизнес-задач. Кроме того, понимание роли и значения аудиторско-консалтинговых услуг для поддержки роста и развития бизнеса со стороны руководителей фирм является важным фактором роста данного сектора сферы бизнес-услуг.

Аудиторско-консалтинговая услуга позволяет более рационально управлять организацией: «Сегодня заказы на аудиторские услуги составляют 40% от общего портфеля заказов ведущих консультационных фирм и компаний. В настоящее время годовой темп роста рынка аудиторско-консалтинговых услуг составляет с 15 до 20%»¹⁴⁴.

Проведение регулярной аудиторской проверки позволяет повысить степень доверия руководителей, акционеров к деятельности предприятия и формирует положительный имидж предприятия перед обществом.

Становление и развитие рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан начинается с момента получения государственной независимости и особое развитие получил в 2000-х годах, когда в стране

¹⁴⁴ Парамонов А.В. Аудит и консалтинг России 2017 / А.В.Парамонов // Учет и контроль. - М.: 2018. – № 4. –С. 3.

сформировалось правовое поле для регулирования правоотношений в сфере консалтинговой и аудиторской деятельности.

Особенно после стабилизации политической обстановки в Республике Таджикистан улучшился инвестиционный климат, который положительно повлиял как на развитие бизнеса, так и на формирование спроса с их стороны на аудиторско-консалтинговые услуги. Рост иностранных инвестиций, в свою очередь, привел к формированию и развитию рынка аудиторско-консалтинговых услуг. Аудиторско-консалтинговые услуги сегодня являются важным фактором повышения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности. Они позволяют рационально использовать факторы производства, снизить производственные и коммерческие риски, совершенствовать систему управления предприятием и улучшить качество производимых товаров и услуг. Кроме того, ускорение процесса внедрения международных стандартов финансовой отчетности на предприятиях Таджикистана дал положительный толчок развитию рынка аудиторско-консалтинговых услуг.

В Республике Таджикистан на период 2019г. функционируют 45 аудиторских организаций, 22 индивидуальных предпринимателей, 180 аудиторов. Число аудиторских организаций в Республике Таджикистан выросло за последние 3 года на 25 единиц, количество аудиторов на 78 единиц.

Согласно данным Национального банка Таджикистана из общего количества аудиторских фирм только 9 имеют право проведения аудита кредитных организаций.

В последнее время интерес к рынкам аудиторских услуг Республики Таджикистан также растет со стороны международных признанных аудиторских фирм, таких как ООО «Делойт и Туш», ООО «BDO», ООО «Прайсуотерхаус Куперс» и ООО «Эрнст энд Янг Форд Родс Сидат Хайдер».

Большинство из зарегистрированных аудиторских фирм в Республике Таджикистан расположены в г. Душанбе. Из общего числа аудиторских фирм в Республике Таджикистан 39 являются малыми аудиторскими фирмами с персоналом не более 10 человек, 4 – средними с персоналом от 10 до 30 и 1 – крупная с персоналом более 30 человек (таб.3.20).

Таблица 3.20

Действующие аудиторские фирмы в Республике Таджикистан

Аудиторские организации имеющие право проведения аудита кредитных организаций	Аудиторские организации имеющие право проведения аудита страховых организаций
ООО «Делойт и Туш», ООО «Консультант аудит», ООО «БДО», ООО «Бейкер Тилли Таджикистан», ООО «Кроу Хорват ЭЙСИЧИ», Эрнст энд Янг Форд Родс Сидат Хайдер (Ernst & Young Ford Rhodes Sidat Hyder), ООО «PCM Таджикистан», ООО «КРЕСТОН АС», ТОО «КПМГ Аудит»	ООО «PCM Таджикистан», ООО «Моор Стивенс», ООО «Ориён Аудит С», ООО «Делойт и Туш», ООО «БДО», ООО «Тоҷ – Аудит», ООО «Точик Аудит Консалтинг», ООО «Аудит – 2015», ООО «Айтен Консалтинг Груп», ООО «Кроу Хорват-ЭЙСИЧИ», ООО «Аудитор», ООО «Аудитории Ш. Адолат», ООО «Мададгори андозсупор» ООО «Крестон Ансар» ООО «Бейкер Тилли Тоҷикистон»

Источник: Список аудиторских организаций, которые могут проводить аудит кредитных организаций в Республике Таджикистан. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://nbt.tj/ru/banking_system/audit_list.php (дата обращения - 20.02.2020)

Согласно данным «Электронная платформа консалтинговых компаний Республики Таджикистан» в стране функционирует 25 консалтинговых компаний и организаций, специализирующиеся на предоставлении консультационных услуг. Консалтинговые компании в Республике Таджикистан, в основном, зарегистрированы в форме неправительственных организаций, ООО, государственные ассоциации и кооперативы. Из общего числа консалтинговых фирм более широкий спектр консалтинговых услуг предоставляют 5 консалтинговых компаний, 3 из которых являются иностранными. Другие компании специализируются в предоставлении ограниченных видов консалтинговых услуг в сфере сельского хозяйства и развития бизнеса в сельской местности. Необходимо отметить, что некоторые

консалтинговые предприятия созданы при реализации международных проектов и их деятельность ограничивается в рамках программ и миссии международных проектов.

Консалтинговые фирмы Таджикистана предоставляют различные виды консультационных услуг. Из 84 видов существующих консалтинговых услуг по классификации, принятой в Европейском стандарте, в Республике Таджикистан наиболее популярными являются управленческий консалтинг, консалтинг в сфере администрирования, юридические, финансовое, налоговое и информационное констатирование (табл. 3.21).

Таблица 3.21

Основные субъекты рынка консалтинговых услуг в Республике Таджикистан

№ пп	Наименование субъектов консалтинговой деятельности	Специализация
1.	Ассоциация Агробизнеса Таджикистана	Развитие агробизнеса
2.	Ассоциация Международных Автомобильных Перевозчиков Республики Таджикистан «АВВАТ»	Оказание услуг в сфере транспорта, перевозки грузов и логистики
3.	Ассоциация Развития Туризма Зерафшана	Консалтинговые услуги в сфере туризма
4.	Бизнес Ресурсный Центр при Общественной Организации "Чашма"	Содействие развитию бизнеса в сельской местности
5.	Кооператив «Био-кишоварз»	Технологическая поддержка сельскохозяйственной деятельности
6.	Маркази Машварати-омузишии Кишоварзи / Agricultural Training and Advisory Center	Консультационные услуги фермерам
7.	МБОО «Човид»	Улучшение условий жизни в сельских районах
8.	Международная ассоциация производителей и экспортёров сельхозпродукции Таджикистана	Консультационные услуги по развитию сельского хозяйства
9.	ООО СУРХОБ»	Решение проблемы бедности в сельской местности
10.	Национальная Ассоциация менеджеров и маркетологов	Маркетинговые услуги и управленческий консалтинг
11.	Независимое агентство стратегических исследований и планирования АПК	НИОКР в сфере СХ, организация выставок, ярмарок, и аукционов.
12.	Нексигол Мушовир	Сельскохозяйственная консультационная служба
13.	Общественная организация «Ассоциация научно-технической интеллигенции Таджикистана»	Развитие демократических реформ и улучшение качества жизни

14.	Общественная организация Ассоциация Профессиональных Агро-консультантов "Зарзамин"	Проведение исследований в сфере сельского хозяйства
15.	ООО «РУШД»	Консалтинговые услуги в сфере бизнеса и управления
16.	ОО «Союз профессиональных консультантов Таджикистана»	Профессиональные консультационные услуги
17.	ООО "Тахлил ва Машварат" (Z-Analytics Group)	Маркетинговые исследования
18.	ООО «Центр обучения и развития микрофинансирования Таджикистана»	Финансовое консультирование
19.	ООО «Act Development Group»	Маркетинговые услуги
20.	ООО «Архидея консалтинг»	Услуги по налогообложению, Аутсорсинг бухгалтерского учета.
21.	ООО «Бизнес Консалтинг Групп»	Управленческий консалтинг
22.	ООО «ИНСОД» / «ISD consulting»	Широкий спектр консалтинговых услуг
23.	ООО «Хариф»	Маркетинговые, инвестиционные
24.	Союз развития частного сектора Таджикистана	Защита прав и законных интересов членов Союза
25.	Торгово-промышленная палата Республики Таджикистан	Маркетинговых услуг для выхода на внешние рынки
26.	Центр Менеджмента Качества	Консалтинг в сфере внедрения передовых систем контроля качества
27.	Центральноазиатская международная консалтинговая компания CAIConsulting	Услуги в сфере реформы государственного сектора, наращивания потенциала и укрепления государственных организаций

Источник: Электронная платформа консалтинговых компаний Республики Таджикистан [Электронный ресурс]: – Режим доступа: www.consulting.tj. (Дата обращения 30.06.2020).

Консалтинговые компании Таджикистана можно сгруппировать на три группы.

1. Широко специализированные консалтинговые компании;
2. Отраслевые консалтинговые компании;
3. Узко-специализированные консалтинговые компании.

К первой группе относятся консалтинговые компании, которые предоставляют широкий спектр консалтинговых услуг, начиная от бухгалтерского до управленческого, кадрового маркетингового консалтинга.

Эти компании отличаются от других тем, что их персонал обучалась в развитых странах мира, таких как США, Великобритания, Германия и хорошо владеет навыками использования западных технологий маркетинга и исследования рынка в условиях Таджикистана.

Отраслевые консалтинговые компании в Республике Таджикистан, в основном, сконцентрированы в сфере сельского хозяйства. Они активно работают в сфере разработки и реализации международных проектов в Таджикистане, финансируемые Всемирным банком, Азиатским банком, ЮСАИД, Европейской комиссией, DFID, ЮНИСЕФ и другими донорами. Отраслевые консалтинговые предприятия специализированы на развитие бизнеса и налаживание связи между производителями, поставщиками и реализаторами средств производства сельского хозяйства, а также защищает права и интересы своих членов.

Деятельность узкоспециализированных консалтинговых компаний, в основном, сосредоточена в предоставлении информационных услуг развития бизнеса, организации и проведении тренингов и семинаров. В этих компаниях действуют проблемы нехватки кадров с опытом в зарубежных странах и соответствующие навыки управленческой модернизации развития бизнеса.

В Республике Таджикистан основным покупателем аудиторско-консалтинговых услуг являются финансово-кредитные учреждения, промышленные предприятия, предприятия водно-энергетического комплекса, телекоммуникации, предприятий вводного хозяйства и др. Активное стремление отечественных промышленных предприятий выйти на зарубежные рынки, реализовать процесс реструктуризации старых промышленных предприятий и достичь динамичный рост малого и среднего предпринимательства в стране способствовали увеличению спроса аудиторско-консалтинговых услуг. Крупными потребителями консалтинговых услуг среди операторов сотовой связи являются Tcell, Мегафон и Билайн.

В зависимости от организационно-правовых форм развития бизнеса основными клиентами аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан являются финансовые учреждения, юридические лица, органы государственной власти и частные предприниматели.

Наиболее востребованными видами консалтинговых услуг в Республике Таджикистан являются консалтинговые услуги в области управления и

администрирования, маркетинговый, налоговый, юридический, услуги IT-консалтинг, финансовый и производственный консалтинг, оценочная деятельность и консалтинг по управлению кадрами. Помимо вышеназванных видов консалтинговых услуг консалтинговые фирмы занимаются проведением различных тренингов, предоставления бухгалтерских услуг и других профессиональных видов деятельности, которые позволяют сделать бизнес более эффективным.

Исследование показывает, что виды аудиторско-консалтинговых услуг необходимые предпринимателям и владельцам бизнеса, сильно различаются в зависимости от уровня образования и опыта предпринимателей в сфере бизнеса, их личных навыков и возможностей, характера деловой активности и особенностей отраслей функционирования бизнеса, размера и жизненного цикла предприятий, наличия инфраструктуры развития бизнеса в определенных регионах и др.

Среди консалтинговых компаний Таджикистана имеется ряд компаний, который активно сотрудничает с международно признанными консалтинговыми предприятиями и является частью научно-аналитического консорциума Z-Analytics Group. Сегодня со стороны Z-Analytics Group успешно завершено более 300 исследовательских проектов для широкого круга клиентов – от бизнеса до государственных учреждений и международных организаций.

Сегодня ряд консалтинговых компаний имеет большой опыт сотрудничества с ключевыми государственными учреждениями в качестве партнера, поставщика услуг и наращивания потенциала. Среди списка правительственных партнеров в консалтинговых компаниях можно выделить Министерство здравоохранения и социальной защиты населения, Министерство труда, миграции и занятости населения, Министерство финансов, Министерство транспорта, Агентство по статистике при Президенте РТ, Налоговый комитет при Правительстве РТ, Агентство по гидрометеорологии, Комитет охраны окружающей среды при Правительстве РТ, различные подразделения реализации проекта и другие.

Исследование показывает, что на рынке аудиторско-консалтинговых услуг наряду с иностранными фирмами успешно работают и отечественные фирмы, о которых свидетельствует расширение сферы деятельности аудиторско-консалтинговых фирм. Исследование показывает, что деятельность иностранных аудиторско-консалтинговых фирм в Республике Таджикистан не ограничивается только крупными, но и малыми и средними компаниями.

В последнее время в Республике Таджикистан роль и значение государства в консультировании развития бизнеса значительно растет. В стране функционирует множество государственных агентств, ассоциаций и союзов, которые не только предоставляют консультационные услуги, но и оказывают поддержку развитию малого и среднего бизнеса, а также выхода крупным предприятиям на внешние рынки. К таким государственным ведомствам и ассоциациям можно отнести Торгово-промышленную палату Республики Таджикистан, Национальную ассоциацию малого и среднего бизнеса Республики Таджикистан, Агентство по развитию экспорта, Ассоциация агробизнеса Таджикистана и др. В членство действующих государственных ассоциаций вступили различные субъекты рынка бизнес-услуг, производители, поставщики, экспортеры, фермеры, дилеры, переработчики сельскохозяйственных товаров и т.д. Такие ассоциации содействуют развитию всех видов предпринимательской деятельности с учетом экономических интересов Республики Таджикистан, отраслей народного хозяйства и предприятий.

Торгово-промышленная палата выполняет следующие основные задачи:

- специализируется в оказание помощи предприятиям, предпринимателям и их объединениям;
- представляет и защищает интересы хозяйствующих субъектов по вопросам, связанным с осуществлением их деятельности, в том числе за границей;
- организует и проводит республиканские и международные выставки с участием предпринимателей и производителей;

Национальная ассоциация малого и среднего бизнеса Республики Таджикистан оказывает содействие предпринимателям в процессе получения ими прибыли, активно участвует в формировании благоприятного делового и инвестиционного климата в Республике Таджикистан, предоставляет консультации по решению проблем связанных с предпринимателями в повышении эффективности вложений бизнеса в благотворительную деятельность и ряд образовательных тренингов.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что в Республике Таджикистан наблюдается тенденция роста объема оказанных аудиторско-консалтинговых услуг, возникают новые виды консультационных услуг, расширяются новые организационно-правовые формы консультирования, растет количество потребителей консалтинговых услуг.

Рост объема оказанных аудиторско –консультационных услуг, в свою очередь, способствовал увеличению количества занятых в данном секторе, улучшению качества предоставляемых услуг. Рынок аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан является более молодым рынком сферы услуг, его структура значительно отличается от мировых рынков оказываемых такие услуги.

Однако, независимо от значительного успеха, потенциал аудиторско-консалтинговой деятельности еще полностью не реализован в Таджикистане и регулирование аудиторско-консалтинговой деятельности в стране нуждается в совершенствовании. В Таджикистане количество аудиторско-консалтинговых фирм достаточно мало по сравнению с другими странами и номенклатура предоставляемых ими услуг по консультированию еще ограничено.

Негативные тенденции развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг связаны с нерешенностью проблем кадрового обеспечения аудиторско-консалтинговых фирм, отсутствием оптимальной сети взаимодействия аудиторских, консалтинговых фирм с производственными финансовыми предприятиями, отсутствием отечественного бренда и долгосрочной стратегии развития многих аудиторско консалтинговых фирм, а также несовершенство

законодательной базы в области МСФО, отсутствием единого стандарта финансовой отчетности, гарантии обеспечения конфиденциальности информации и др.

Исследование показывает, что деятельность некоторых консалтинговых фирм в Республике Таджикистан ограничивается только проведением большого количества теоретических тренингов и семинаров для сотрудников бизнес-сообществ общего характера, которые не позволяют решить имеющиеся проблемы клиента по введению хозяйственной деятельности.

Основными проблемами сектора аудиторско-консалтинговых услуг как и другие наукоемкие сектора бизнес-услуг являются нехватка квалифицированных и подготовленных специалистов, или сохранение имеющихся сотрудников. После приобретения определенных навыков и опытов многие аудиторы и консультанты предпочитают открыть собственную фирму и работать индивидуально с целью получения большего дохода от оказываемых услуг. Отечественным аудиторско-консалтинговым предприятиям, также трудно выдерживать конкуренцию со стороны признанных мировых фирм и предприятий действующих на территории Республики Таджикистан.

Анализ показывает, что во многих отечественных предприятиях еще не сложилась культура привлечения внешних консультантов для решения внутренних проблем предприятий и организаций. Обычно предприятия и организации не обращаются к услугам консалтинговых фирм из-за ограниченности внутренних ресурсов, отсутствия долгосрочного ведения бизнеса, опасения расшифровки коммерческой тайны предприятий и организаций. Некоторые предприятия и организации еще не осознали суть консалтинговых услуг в решении проблем клиента.

В практике также часто наблюдаются проблемы утраты доверия к аудиторам из-за недостаточного качества оказываемых услуг или потери времени на аудиторско-консалтинговые услуги. Кроме того, на развитие рынка аудиторско-консалтинговых услуг также негативно влияют неразвитость внутреннего рынка, нехватка финансовых средств в некоторых предприятиях и

организациях, а также недоверие руководителям предприятий и организаций за качество оказываемых аудиторско-консалтинговых услуг.

Дальнейшее развитие рынка аудиторско-консалтинговых услуг зависит от организационно-управленческой поддержки отрасли со стороны государства, сочетание внутренних и внешних, микро и макро факторов.

Поскольку предприниматели и владельцы бизнеса сталкиваются с многочисленными и различными проблемами, консультанты должны быть готовы удовлетворить различные потребности этих клиентов. Аудиторско-консалтинговые услуги не должны ограничиваться только выявлением проблем в деятельности предприятия клиента, но и предоставлять такие советы, которые будут способствовать решению данной проблемы и улучшать финансовые и иные аспекты деятельности предприятия. Исходя из этого, аудиторам и консультантам необходимо действовать по принципу «единого окна», т.е. в его рамках оказать необходимую помощь для решения проблем клиента.

Для дальнейшего развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг необходимо:

- укрепить уровень доверия руководителей предприятий и организаций к советам аудиторов-консультантов;
- аудиторско-консалтинговым фирмам страны принимать меры для расширения номенклатуры предлагаемых услуг для достижения конкурентного преимущества и роста объема оказываемых услуг;
- аудиторско-консалтинговым компаниям принимать меры по повышению качества предоставляемых услуг с учетом особого управленческого подхода;
- аудиторско-консалтинговым предприятиям повысить квалификацию своего персонала в зависимости от происходящих изменений на рынке, чтобы дать более конкретную оценку сложившейся ситуации и предлагать наиболее подходящие варианты решения проблем клиента;

- перечень оказываемых аудиторско-консалтинговых услуг должно соответствовать специфической деятельности каждого клиента и позволить поднять на более высокий уровень деятельность предприятия.

- совершенствовать систему государственного регулирования аудиторско-консалтинговой деятельности посредством выработки государственной политики в сфере аудиторско-консалтинговой деятельности, разработки новых нормативно-правовых актов регулирования аудиторско-консалтинговой деятельности, информационной базы деятельности таких предприятий;

- аудиторско-консалтинговым предприятиям соблюдать общие принципы деятельности, такие как открытость и честность в отношениях с клиентом, индивидуальный подход к каждому заказчику и проекту, соблюдение всех норм деловой профессиональной этики аудиторов и бухгалтеров;

- увеличить доли участия рынка аудиторско-консалтинговой деятельности в создании стоимости и формировании ВВП страны;

- улучшить качество предоставляемых услуг до уровня международных стандартов.

Таким образом, дальнейшее развитие отраслей экономики способствует дальнейшему росту рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан. Аудиторско-консалтинговые услуги являются чрезвычайно важным элементом рыночной экономики. Развитие рынка аудиторско-консалтинговых услуг дает значительный отток развитию хозяйственных процессов. Аудиторско-консалтинговые услуги являются важным орудием регулирования всей экономики. Востребованность аудиторско-консалтинговых услуг в Таджикистане также обосновывается необходимостью повышения доверия внешних кредиторов и инвесторов к отечественной экономике.

По мере развития бизнеса в Республике Таджикистан спрос на важнейшие виды консультирования по различным видам хозяйственной деятельности растет. Исходя из этого, доступность, качество и эффективность

аудиторско–консалтинговых услуг являются важнейшими условиями наращивания инновационного потенциала страны, формирования конкурентных преимуществ отечественных предприятий и улучшения инвестиционного климата в стране. Развитие рынка аудиторско–консалтинговых услуг необходимо направить на выполнение в интересах потребителей таких услуг, которые позволили бы им получать больше экономическую выгоду и более эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

Перспективными направлениями рынка аудиторско-консалтинговых услуг в Республике Таджикистан являются управленческий консалтинг, разработка бизнес – планов, подготовка стратегических планов развития предприятия, маркетинговые исследования рынка, разработка брендов, модернизация организационной структуры управления, а также разработка и внедрение бизнес процессов.

Другим важным направлением развития консалтинговых услуг в Республике Таджикистан в ближайшей перспективе по нашему мнению является консультирование в области внедрения международных стандартов качества на предприятиях и организациях Республики Таджикистан. Особенно выход отечественных предприятий и организаций на внешние рынки актуализирует вопрос внедрения стандартов качества.

ГЛАВА 4. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИЗНЕС-УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

4.1. Стратегические направления формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

Реализация стратегических задач, поставленных перед страной на новом этапе ее развития в рамках Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года (достижение уровня социально-экономического развития, обеспечение устойчивого развития путем диверсификации повышения конкурентоспособности национальной экономики, и расширение и укрепление среднего класса¹⁴⁵) невозможно без дальнейшего формирования и развития широкого сегмента рынка бизнес-услуг в стране.

Важным периодом развития сектора бизнес-услуг в рамках указанной стратегии развития республики является период 2026-2030г.г. – этап завершения ускоренной индустриализации и создания потенциала для развития на основе знаний и инноваций. На этом этапе должен быть подготовлен переход от стратегии индустриального роста, основанного на инвестициях, к развитию – на основе знаний и инноваций. В основу этого перехода будет положена диверсификация экономического роста за счет интенсификации сельскохозяйственного производства, движения вверх по цепочкам добавленной стоимости в промышленности, модернизации социальной сферы, ускоренного развития финансового сектора, туризма и отраслей бизнес-услуг¹⁴⁶. Реализация поставленных задач, как в сфере промышленности и сельского хозяйства, так и в сфере услуг, невозможно без формирования развитого сектора бизнес-услуг как промежуточного сектора, который играет особую роль в формировании конкурентного преимущества в этих отраслях экономики. Исходя из этого, для корректировки структуры рынка бизнес-услуг

¹⁴⁵ Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года. // Утверждено Постановлением Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016 года, № 636. - Душанбе: «Контраст», 2016. –С.27.

¹⁴⁶ Там же, –С.28.

и его адаптации на предусмотренных условиях развития экономики Таджикистана необходимо определить стратегические ориентиры его развития.

Определяемые стратегические ориентиры или направления развития рынка бизнес-услуг будут основываться на разработанные стратегии развития отдельных отраслей экономики и сферы услуг. При этом, в ближайшей перспективе рынок бизнес-услуг должен функционировать таким образом, чтобы более полно удовлетворять растущие требования клиентов с оказанием качественных услуг. Важными факторами, которые будут определять качество бизнес-услуг в ближайшей перспективе, являются время от получения заказа до оказания услуги, инновационный характер оказываемых услуг, полнота и степень доступности выполнения заказа, а также высокая полезность оказываемых услуг в решении проблем клиента.

Так как состояние рынка бизнес-услуг зависит от состояния и конкурентной среды внутри отрасли, уровень спроса и предложения на рынке услуг, динамика конъюнктуры рынка, количество производителей и потребителей, предусматриваемые стратегические направления должно обеспечивать экономическую сбалансированность развития рынка бизнес-услуг в стране. Приоритетной в развитии отраслей бизнес-услуг должна быть задача развития отраслей, формирующих инфраструктуру экономики. Учитывая процессы глобализации мировой экономики, необходимо отдавать преимущество развитию информационных, технологических, компьютерных и транспортных услуг.

С учетом вышеизложенного можно предлагать следующие стратегические направления формирования и развития рынка бизнес-услуг (рис. 16).

1. Повышение роли и значения сектора бизнес-услуг в модернизации и роста конкурентоспособности промышленных предприятий.



Рисунок 16 - Основные направления развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан (разработано автором)

Актуальными задачами развития экономики Таджикистана являются повышение роли и значения сектора бизнес-услуг в модернизации и повышении конкурентоспособности промышленных предприятий. Предприятия сферы бизнес-услуг могут активно участвовать в процессе модернизации промышленных предприятий и повышении выпускаемой ими продукции на основе создания и освоения новых технологий.

Исходя из этого, реализация государственных программ ускоренной индустриализации экономики страны невозможно без развития рынка бизнес-услуг, развития взаимодействия субъектов данного рынка с промышленными предприятиями. Важным сегментом оказания бизнес-услуг в ближайшей перспективе могут стать высшие учебные заведения страны. Они могут посредством создания проектных инжиниринговых подразделений получать заказы от промышленных предприятий по оказанию ими соответствующих бизнес-услуг.

В Таджикском аграрном университете имени Шириншох Шотемур действует технологический парк «Сельскохозяйственных машин», в котором обучают фермеров владению устройством и принципам работы сельскохозяйственных машин. Для этого важно расширить инвестирование в направлении научно-производственного сотрудничества вузов с промышленными предприятиями.

В настоящее время отдельные шаги в этом направлении уже сделаны. Например, в Таджикском Национальном университете создан специализированный Центр мониторинга строительных конструкций. В Технологическом университете Таджикистана работают технопарки по проектированию дизайна и предоставлению производственных образцов текстильной продукции. Однако недостатком подобных подразделений и центров является неподготовленность вузов выполнять крупные заказы и осуществлять проектно-инжиниринговые работы.

Обычно вузы имеют достаточный опыт в сфере прикладной науки, проведения научно-исследовательских, опытно-конструкторских,

инжиниринговых и проектно-конструкторских работ. Развитие и направление деятельности университетов на основе получения долгосрочных контрактов от промышленных предприятий могут значительно снизить их затраты на продвижение своих услуг.

Выход на рынок бизнес-услуг является весьма перспективным направлением деятельности вузов, посредством установления и развития взаимодействия с реальным сектором экономики. В этом аспекте им необходимо постоянно расширять спектр фундаментальных и прикладных научных исследований, увеличивать капитализацию вуза за счет постановки на бухгалтерский учет созданных в виде объектов интеллектуальной собственности нематериальных активов, т.е. создавать комплексные инновационные проекты, постоянно обновлять свою научно-техническую базу, участвовать в процессе подготовки и реализации государственных программ по развитию важнейших отраслей экономики страны. Кроме того, вузы могут участвовать в процессе проведения технологического аудита на предприятиях и организациях, разработки новых промышленных технологий, проведения маркетинговых исследований для нужд предприятий и организаций, организации семинаров с участием преподавателей вуза на предприятиях. Все это, в свою очередь, способствует популяризации деятельности вуза в сфере разработки новых научно-технических разработок, патентов, ноу-хау и других объектов интеллектуальной собственности.

Выход на рынок бизнес-услуг позволяет вузам более эффективно использовать интеллектуальный потенциал, расширить источники финансирования их деятельности, коммерциализации научной деятельности, гарантирующую, в свою очередь, возможность карьерного роста научно-педагогических кадров.

Преимущества вузов на рынке бизнес-услуг заключается в том, что они имеют достаточное количество квалифицированных работников для реализации научно-исследовательских и производственно-технических проектов, получают большую поддержку от государства по сравнению с

другими поставщиками бизнес-услуг, имеют большое количество современного специального оборудования для проведения исследования и разработок.

Наряду с финансовыми преимуществами в таком взаимодействии в вузах повышается качество образовательного процесса, расширяется интеграция науки и производства, апробируются результаты научных исследований на практике и снижается себестоимость оказываемых услуг.

2. Повышение квалификации имеющихся специалистов в сфере бизнес-услуг и подготовка новых кадров, способных к более эффективному использованию современной техники, технологии и продукции новых поколений.

В этом аспекте формирование и развитие конкурентоспособности работников является важным направлением развития сектора бизнес-услуг. По мере формирования и развития новых видов бизнес-услуг предъявляются новые требования к его работникам. В условиях быстрого развития науки и техники для успешной реализации профессиональных возможностей работников сектора бизнес-услуг им необходимо постоянно совершенствовать свою конкурентоспособность на рынке труда. В настоящее время низкий уровень подготовки специалистов в сфере оказания бизнес-услуг в Республике Таджикистан является важным препятствием развития национального сектора бизнес-услуг.

Анализ динамики изменения сектора бизнес-услуг актуализирует постоянное совершенствование уровня профессиональности работников рынка бизнес-услуг. Работникам данного сектора очень важно постоянно адаптировать свои навыки и умения меняющимся условиям деятельности, т.к. на рынке бизнес-услуг высокая квалификация становится ведущим ресурсом.

3. Формирование высокой культуры обслуживания клиентов рынка бизнес-услуг.

Культура обслуживания является ключевым фактором эффективной организации деятельности фирм и предприятий на рынке бизнес-услуг. Для эффективного предоставления бизнес-услуг необходимо обратить внимание на

3 составляющие элементы культуры обслуживания: ориентация на клиента, ориентация на результаты и развитие непрерывного обучения персонала бизнес-услуг.

Сосредоточение деятельности компании на клиентах позволяет организации бизнес-услуг устанавливать стратегический контекст для своей работы и разрабатывать общие цели с лидерами бизнеса. Ориентация на результаты повышает вероятность того, что организация бизнес-услуг сосредоточивается на достижении высокого уровня производительности в своей деятельности. Важность развития непрерывного обучения основывается на знаниеемкий характер бизнес-услуг, что постоянно требует совершенствования знания его поставщиков для своевременного реагирования на изменение потребностей предприятия и организации по мере развития исследования и разработок.

Поставщики бизнес-услуг, которые поддерживают основные атрибуты культуры обслуживания, могут лучше удовлетворять потребности клиентов в оказываемых видах услуг и повысить производительность своей деятельности. С другой стороны, создавая хорошую культуру обслуживания, предприятия сферы бизнес-услуг лучше помогают своим клиентам в решение их проблем, повышают ценность для бизнеса и будут выступать в качестве стратегического делового партнера и доверенного советника, как для своих внутренних клиентов, так и для обслуживаемой компании.

Организация деятельности предприятий сферы бизнес-услуг, с нашей точки зрения, должна основываться на расширение видов предоставляемых бизнес-услуг, совершенствование ассортимента и качества оказываемых услуг, материально-технического обеспечения процесса оказания бизнес-услуг, информационно-рекламного сопровождения деятельности предприятий сферы услуг, а также совершенствование профессионального мастерства своих сотрудников. Профессионализм работников предприятий сферы бизнес-услуг в области оказания соответствующих видов бизнес-услуг является важной составляющей культуры обслуживания предприятия сферы бизнес-услуг.

При формировании культуры обслуживания предприятий и организаций сферы бизнес-услуг развиваются ценностные представления сотрудников и руководства повышается положительный имидж организации на внешнем и внутреннем рынке. Таким образом, культура обслуживания выступает в качестве основного конкурентного преимущества поставщиков бизнес-услуг.

4. Улучшение дистанционной инфраструктуры оказания бизнес-услуг.

Традиционно под инфраструктурой бизнес-услуг понимается пространство, в котором расположены предприятия бизнес-услуг или центры, посредством которых оказываются бизнес-услуги. Однако сегодня развитие информационно-коммуникационной технологии создает возможности оказания бизнес-услуг в дистанционной форме, когда услуга оказывается не в традиционном офисном здании, а в месте нахождения соответствующего работника предприятий бизнес-услуг. Сегодня большое количество работников предприятий сферы бизнес-услуг переходят на гибкую форму оказания бизнес-услуг из дома или из других мест за пределами офиса, которая привела к значительной экономии средств таких предприятий.

Внедрение гибких методов оказания услуг в деятельности предприятий сферы бизнес-услуг, в которых сотрудники могут работать удаленно - с различных других корпоративных сайтов, мест клиентов, из дома или из других мест, может снизить расходы предприятия на аренду офисов и зданий от 20% до 50 %. Такой тип гибкой организации работы может не только повысить эффективность деятельности предприятий сферы бизнес-услуг, но и упростить привлечение и удержание талантливых сотрудников, сделав компанию более привлекательным с точки зрения предложения рабочих мест на рынке труда.

Наряду с этим, необходимо отметить, что сохранение традиционных офисных помещений также необходимо с той точки зрения, что дизайн рабочей среды может значительно влиять на производительность и удовлетворенность сотрудников, а следовательно, и качество работы, которую они выполняют для клиентов зависит от создания комфортной рабочей обстановки. Хотя работа в традиционных офисных помещениях обычно обходится дороже, чем удаленные

рабочие места, он приносит значительную пользу для работников посредством развития сотрудничества и инновации.

Независимо от того, что предприятия бизнес-услуг предпочитают традиционные и дистанционные формы оказания бизнес-услуг, им необходимо сформулировать необходимую инфраструктуру для оказания таких услуг, которые лучше удовлетворяют как потребности клиента, так и работников предприятий такого вида деятельности. Это позволяет им извлечь выгоду из оценки своих средств и активов инфраструктуры, чтобы соответствовать им собственными целями и культурой компании.

Гибкие формы организации труда на предприятиях сферы бизнес-услуг позволяют им легче нанимать и удерживать трудовые способности, которые необходимы, т.е. позволит сотрудникам работать в любом месте и в любое время, что является ценным активом в глобальной бизнес-среде. Наряду с этим инновационный дизайн офисных помещений может дать новую энергию, повысить производительность и улучшить сотрудничество на рабочем месте.

Хотя многие предприятия, предоставляющие бизнес-услуги, со временем разрабатывают собственный внутренний бренд, большинство из них вначале представляют общий организационный бренд. Укрепление корпоративного бренда содействует быстрой популяризации поставщиков бизнес-услуг. Укрепление бренда поставщиков бизнес-услуг поможет им укрепить доверие клиентов со своей деятельностью. Следовательно, с ростом доверия клиентов поставщики бизнес-услуг могут достичь большей производительности.

5. Повышение интереса и осведомленности правительственных органов в развитии сектора бизнес-услуг, укрепление организационного лидерства таких предприятий на отечественном рынке и повышение общей координации деятельности органов государственной власти с поставщиками бизнес-услуг.

В настоящее время в государственных программах развития отрасли сферы услуг не уточнены принципиальные позиции сектора бизнес-услуг в развитии национальной инновационной среды страны и поощрении развития

промышленности и сельского хозяйства. Исходя из этого очень важно, чтобы повысить осведомленность государственных органов страны и их глубокое познание принципиальной позиции сектора бизнес-услуг в развитие экономики страны. Исходя из этого, государству необходимо принимать меры по формированию и совершенствованию региональных рынков бизнес-услуг, стимулированию их связи и взаимодействия с источником инноваций и повысить эффективную интеграцию между инновационными ресурсами. Это позволяет повысить эффективность работы всей региональной инновационной системы, формировать центры развития индустрии бизнес-услуг, укрепить обмен между промышленными предприятиями, научно-исследовательскими институтами и предприятиями сектора бизнес-услуг. Правительству следует и дальше трансформировать функцию и усилить макроэкономический контроль для развития сектора бизнес-услуг, совершенствовать технологическую политику развития отрасли, поощрять инновационные меры и создавать хорошую среду функционирования предприятий бизнес-услуг.

б. Формирование информационной инфраструктуры и инновационной платформы оказания бизнес-услуг.

Создание инфраструктуры средств связи для оказания бизнес-услуг сетевой среды функционирования предприятий отрасли и информационной платформы позволяет создать среду формирования и распространения производственных знаний, которая значительно снижает издержки стартапа, маркетинговые затраты и затраты по расширению бизнеса. В этом плане Правительству страны необходимо принимать меры по созданию и совершенствованию управления государственной базы данных для повышения доступности государственной информации для бизнеса. Использование государственных ресурсов для предоставления необходимой информационной поддержки и оказания технической поддержки поставщиков бизнес-услуг позволяет уменьшить административные расходы предприятий отрасли на получение соответствующей информации. Все это позволяет решить проблемы нехватки информации для субъектов бизнес-услуг и увеличивать инвестиции.

7. Ускорение процесса подготовки и переквалификации кадров в сфере оказания бизнес-услуг.

Развитие бизнес-услуг требует более высокого уровня науки и техники, которые в свою очередь, нуждаются в высоких квалифицированных кадрах. Поставщики некоторых видов знаниеемких бизнес-услуг выбирают самых талантливых работников на рынке труда. Исходя из этого, необходимо ускорить развитие человеческого капитала в сфере науки, техники и технологии посредством усовершенствования механизма обучения и внедрения персонала. Ускорение формирования соответствующих человеческих капиталов в сфере информационных технологий, оказание финансовых, страховых и иных услуг решает проблемы нехватки кадров в вузах и ссузах, реформировать содержание и методы обучения в них, создание национальной системы сертификации кадров и т.д.

8. Повышение международной конкурентоспособности наукоёмких видов бизнес-услуг.

В последние годы происходят многие перемены в развитии мировой экономики. В этом контексте многонациональные компании начали новый этап корректировки глобальной схемы промышленного производства. В этом процессе экспорт международных бизнес-услуг стал важной тенденцией. С одной стороны, если международное размещение производства постепенно переходит на развивающиеся страны, то с другой стороны тенденция расширения специализации развивающихся стран в оказание соответствующих бизнес-услуг превратился в новую тенденцию перемещения производства в глобальной экономике.

Исходя из этого, необходимо принимать меры по дальнейшему открытию рынка услуг, стимулированию внедрения высококачественных бизнес-услуг, таких как логистические услуги, услуги требующие высокой степени информатизации, международная известная посредническая консультация, креативные дизайнерские услуги и т.д. Все это позволяет избежать чрезмерный отток капитала из страны и формировать национальные отрасли

высокотехнологических бизнес-услуг. Также необходимо мотивировать деятельность местных поставщиков бизнес-услуг для выхода на зарубежные рынки, в зависимости от их собственных преимуществ, повысить их охват на более широкие региональные рынки.

9. Стимулирование спроса на знаниеемкие бизнес-услуги.

Правительство может поддерживать развитие отраслей бизнес-услуг посредством стимулирования общественного спроса на знаниеемкие бизнес-услуги. Такая мера позволяет способствовать производству наукоемких бизнес-услуг, повысить конкурентоспособность отечественных отраслей промышленности за счет повышения доли наукоемких бизнес-услуг в состав таких продуктов. Правительство может повысить спрос на наукоемкие услуги посредством следующих мер:

- стимулировать покупки знаниеемких бизнес-услуг от внешних поставщиков. В этом аспекте, необходимо заранее уточнить, какие виды бизнес-услуг важны для развития инновационного потенциала различных секторов промышленности страны и какие виды бизнес-услуг необходимы на разных этапах развития экономики страны;

- стимулировать спрос и степень использования бизнес-услуг на основе реализации механизма оказания дополнительных уступок. Здесь необходимо принимать меры по поощрению предприятий по использованию бизнес-услуг в более высоком уровне, чтобы стимулировать потребности предприятий в наукоемких услугах. Например, Правительство посредством снижения налогов, создания специальных фондов финансирования покупки бизнес-услуг или развития проектного финансирования может стимулировать спрос на знаниеемкие бизнес-услуги.

Правительство также может активизировать органы государственной власти и другие институты государственного управления в покупке знаниеемких бизнес-услуг. Особенно правительственные органы, уполномоченные в сфере государственного управления, реализации крупных инфраструктурных, инвестиционных проектов, принятие важных решений в

области реформирования системы государственного управления, которые влияют на уровень жизни большой группы населения и социально-экономического развития страны, нуждаются в приобретении и использовании различных технических знаний для проведения исследований и анализа последствий принимаемых таких мер. Исходя из этого, Правительство и органы государственного управления нуждаются в активном приобретении знаниеемких бизнес-услуг для реформирования экономики и демократизации общества.

10. Содействие развитию кластера в сфере знаниеемких бизнес-услуг.

Развитие интеграционных производственных отношений в условиях рынка возможно благодаря концентрации фирм в определенном пространстве по производству определенных товаров или оказания услуг. Можно достигать более высокий темп роста развития сектора бизнес-услуг благодаря формированию региональных кластеров в конкретном пространстве. Чем больше число поставщиков бизнес-услуг, тем эффективнее организация таких кластеров в стране. Для улучшения технических возможностей и способностей таких кластеров по непрерывному росту кластера, необходимо разрабатывать и реализовать кластерные инициативы в секторе бизнес-услуг. Четкое формирование целей и задач кластеров в сфере бизнес-услуг, исходя из экономического потенциала страны, может превратить любых поставщиков бизнес-услуг в основных составляющих инновационной системы страны. Кластер в секторе бизнес-услуг более активно стимулирует конкуренцию внутри отрасли и на основе их взаимодействия осуществляет эффективное распределение ресурсов на рынке. На формирование и развитие региональных кластеров также могут повлиять многие социально-культурные и институциональные факторы. Исходя из этого, роль правительства в процессе формирования кластеров в сфере бизнес-услуг заключается в нахождении необходимого баланса между участниками кластера и другими социально-экономическими институтами.

11. Осуществление финансовой поддержки важнейших отраслей бизнес-услуг.

По сравнению с производственными предприятиями предприятия сферы услуг при осуществлении инновации сталкиваются с большими финансовыми трудностями. Это связано с тем, что по сравнению с патентной технологией в производственном секторе трудно оценивать ценность новой концепции обслуживания или реализацию новой бизнес-модели в сфере услуг.

Кроме того, средства, необходимые для реализации бизнеса в сфере услуг часто меньше соответствуют интересам инвесторов, которые не хотят тратить слишком много средств на оценку бизнес-проекта и часто отказываются от его финансирования. Чтобы решить проблемы инвестирования в сфере бизнес-услуг правительство сможет разработать руководство по оценке стандартов концепции услуг и бизнес-модели. Также может предоставить субсидии для покрытия расходов на проведение оценки и отбора бизнес проектов в сфере услуг, чтобы избежать пропуска некоторых потенциальных проектов для страны. Кроме того, правительство может принимать меры по созданию агентства по кредитным гарантиям за счет государственного бюджета или других кредитно-гарантийных фондов.

Государственные средства в сфере услуг должны быть направлены на инвестиции в сфере общественных услуг или в квазигосударственной сфере услуг, такие как образование, культура, здравоохранение и транспорт, которые должны соответствовать требованиям государственных финансов и рыночной экономики.

12. Формирование оптимальной системы регулирования сектора бизнес-услуг.

Эффективное развитие сектора бизнес-услуг зависит от качества внешней среды функционирования таких предприятий. Помимо современной информационной инфраструктуры, качество элементов нормативно-правовой среды, такие как законы и нормативные акты, торговая политика, механизмы управления бизнеса играют важную роль в развитии сектора бизнес-услуг.

В целях совершенствования государственной политики в сфере развития предприятий сферы бизнес-услуг Правительству следует активировать работу управления государственными услугами, которая координирует развитие отрасли. Также необходимо устанавливать и усовершенствовать развитие законов и нормативных актов в сфере оказания государственных услуг.

13. Создание льготной системы кредитования субъектов бизнес-услуг.

Государство может поддерживать развитие бизнес-услуг на основе создания эффективного механизма кредитования сектора бизнес-услуг. По сравнению с другими отраслями сферы услуг, подготовка кадров для сектора бизнес-услуг требует большего капиталовложения и развитие самой отрасли зависит от наличия передовых технологий, что также нуждается в осуществление финансовой поддержки со стороны правительства или специализированных финансовых институтов. Исходя из этого, предоставление льготного режима кредитования играет важную роль в формировании новых видов бизнес-услуг.

14. Расширение интернационализации деятельности поставщиков бизнес-услуг.

Бизнес-услугам характерна высокая степень интернационализации и в условиях глобализации перспективы расширения сектора бизнес-услуг зависят от изменения конъюнктуры внешнего рынка. Рост интернационализации расширяет аспекты международной конкурентоспособности от уровня предприятий до всей отраслевой цепочки, включая производство, поставку и продажу товаров и услуг.

Широким использованием информационных технологий в деятельности предприятий сферы услуг расширяются аспекты конкурентоспособности поставщиков бизнес-услуг на глобальном рынке, что, в основном, отражаются в том, что международный сдвиг в отрасли становится все более и более заметным. Все это требует развития интернационализации в деятельности фирм посредством аутсорсинга, оффшоринга и развития партнерских отношений между отечественными поставщиками бизнес-услуг и транснациональными

корпорациями в данной сфере. Это позволяет повысить конкурентоспособность поставщиков бизнес-услуг посредством передачи вспомогательных видов непрофильного бизнеса другим странам, снижения издержек оказываемых услуг и повышения доступа на основных видов бизнес-услуг для клиентов в сфере логистики, консалтинга, освоения нового рынка и развития услуг международной торговли.

15. Информационная поддержка поставщиков бизнес-услуг и повышение доступности современных информационных технологий.

Важная особенность сектора бизнес-услуг связана с высокой долей таких ресурсов как знание и технология в производственном процессе, что, в свою очередь, основывается на информационных технологиях и разработке современных концепций управления. Исходя из этого как для традиционных видов бизнес-услуг, которые обновляются с помощью технологий, так и для новых видов бизнес-услуг которые появляются в результате быстрого развития информационных технологий, весьма значительную роль играет информация. Информационные технологии выполняют большую вспомогательную функцию в формировании и развитии современной индустрии бизнес-услуг, так как результаты оказания некоторых видов бизнес-услуг являются информацией, ускорение интеграции информационных ресурсов управления взаимоотношениями поставщиков с потребителями бизнес-услуг является жизненно важным аспектом развития сектора знаниеемких бизнес-услуг.

Кроме того, информатизация делает содержание бизнес-услуг более широким и формирует новые отрасли и больше возможностей для трудоустройства. Таким образом, информационная поддержка поставщиков бизнес-услуг улучшает знание и техническое содержание обслуживающих предприятий, укрепляет их конкурентоспособность.

16. Формирование и развитие отраслевых кластеров в сфере оказания бизнес-услуг.

Формирование отраслевых кластеров в сфере бизнес-услуг играет важную роль в устойчивом развитии отрасли в стране. Для обеспечения

устойчивого развития отрасли, с нашей точки зрения, необходимо создать экономические союзы и объединения поставщиков бизнес-услуг и товаропроизводителей. Кластеры в сфере бизнес-услуг как межотраслевой союз, можно формировать посредством формального интеграционного объединения, которое будет основываться на принципе получения общего синергического эффекта.

Роль межотраслевых кластеров в развитии сектора бизнес-услуг очень значительна. Для удовлетворения потребностей клиентов сектора бизнес-услуг, привлекаются производительные силы самого разного характера. В условиях их объединения в рамках отраслевого кластера можно, удовлетворять потребности многих производственно-коммерческих объединений разного профиля. В рамках кластера все участники будут оказывать друг-другу взаимную поддержку. «Новые производители, приходящие из других отраслей кластера, ускоряют развитие, стимулируя различные подходы к НИОКР и обеспечивая необходимые средства для внедрения новых стратегий и квалификаций»¹⁴⁷. Наличие кластера способствует увеличению обмена информацией и вероятности появления новых подходов, а также возникновению новых производителей, появляющихся из отраслей-потребителей (поставщиков), из смежных отраслей или же путем их отделения.

Многие отрасли бизнес-услуг являются ключевыми для формирования и развития межотраслевых кластеров. «Без отраслей бизнес-услуг фактически невозможно создание и функционирование любого кластера»¹⁴⁸. Многие сектора бизнес-услуг являются составной и неотъемлемой частью большинства региональных кластеров. В зависимости от той роли, которая придается деловым услугам в производственно-коммерческой деятельности фирм и компаний, входящих в определенный кластер, они могут ослабить или усилить отрасли поставщиков и потребителей. Бизнес-услуги, по сравнению с другими

¹⁴⁷ Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг/ В.Е.Николайчук // Деловой сервис. –СПб.: Питер, 2002. –С.54.

¹⁴⁸ Пашигорева Г.И. Выбор методов управления процессами стратегического развития сферы услуг на потребительском рынке / Г.И.Пашигорева // Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России. – СПб.– С.32.

отраслями, хорошо подходят для образования, функционирования и развития кластеров, которые, в свою очередь, являются наиболее эффективным средством достижения конкурентных преимуществ на национальном.

Кластеризация сектора бизнес-услуг повышает конкурентоспособность предприятий отрасли в трех аспектах.

1) Адаптация оказываемых услуг потребностям рынка. В условиях глобализации проекты и услуги, оказываемые в отдельности не могут завоевать весь рынок. Материальные и нематериальные продукты, оказываемые поставщиками бизнес-услуг в рамках кластера, обладают большей способностью быстро завоевывать весь рынок благодаря широкой разнообразности и высокой централизации в определенном регионе.

2) Снижение производственных затрат. Кластеры в сфере бизнес-услуг способны сэкономить производственные затраты благодаря экономии масштаба, улучшению цепочки поставок товара.

3) Кластеры также могут эффективно контролировать и снижать транзакционные издержки благодаря своему режиму тесного сетевого взаимодействия.

Развитие отраслевой интеграции в рамках кластера дает инновационный эффект развитию отрасли и оптимизации производственных отраслей. В процессе формирования отраслевых кластеров появляются новые виды бизнес-услуг. В то же время новые технологии, возникающие в результате интеграции отрасли, изменяют режим производства и обслуживания в традиционной отрасли и модернизируют структуру ее продуктов и услуг. Кроме того, отраслевая интеграция может способствовать расширению конкуренции за счет установления отношений между промышленными предприятиями и организациями.

Создание условий для внедрения новейших технологий в отраслях бизнес-услуг, их модернизация позволяет расширить номенклатуру оказываемых услуг, повысить их качество и снизить эксплуатационных расходов. В ближайшей перспективе важной задачей перед страной является

снижение импорта консультационных, финансовых услуг. Повышение доли сектора услуг в ВВП до 60% на основе совершенствования структуры и ускоренного развития новых видов услуг является дальнейшим приоритетным направлением развития рассматриваемой отрасли.

Таким образом, достижение выше приведенных направлений развития сектора бизнес-услуг будет способствовать обеспечению ускоренного развития многих подсекторов бизнес-услуг и расширению потенциала предприятий отрасли, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В связи с доминированием импорта над экспортом бизнес-услуг, целесообразно расширить потенциал высокотехнологичных бизнес-услуг в Республике Таджикистан, пользующихся повышенным спросом со стороны промышленных предприятий страны на этапе реализации четвертой стратегической цели страны по ускоренной индустриализации. Поэтапное развитие секторов услуг в Республике Таджикистан требует создания оптимальных условий для постепенного перехода от трудоемких видов бизнес-услуг к знаниеемким.

4.2. Вариантно-сценарные условия развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

Важнейшим аспектом обеспечения развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан является прогнозирование тенденций изменения динамики основных показателей развития отрасли и определение различных сценариев его развития с учетом реализации важнейших государственных программ и стратегии, в частности, Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года, Программы ускоренной индустриализации Республики Таджикистан на 2020-2025 годы и другие программы развития отдельных секторов сферы услуг и отрасли промышленности в стране. Прогнозирование сценария развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан, как средство познания будущего состояния развития отрасли, будет иметь важное социально-экономическое значение в

развитии экономики Таджикистана в целом, и в секторе бизнес-услуг в частности. Оно позволяет научно обосновать закономерности развития сферы бизнес-услуг, выявить препятствующие проблемы и на этой основе подготовить и принять необходимые экономические решения для улучшения состояния отрасли в стране.

В нашем исследовании в качестве основного метода прогнозирования мы выбрали метод сценарных расчетов, т.к. «сценарный подход, представляя собой методику системного исследования, базируется, в первую очередь, на принципах системного подхода. Сценарный подход также предусматривает выполнение аналитических прогнозных расчетов критериев оценки результатов, что соответственно предполагает соблюдение общих принципов оценивания»¹⁴⁹.

«Принцип вариантности прогнозирования связан с возможностью развития сектора бизнес-услуг и его отдельных подотраслей по разным траекториям, при разных взаимосвязях и структурных соотношениях»¹⁵⁰.

Основные цели разработки сценариев развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан являются прогнозные параметры развития данного сектора на основе направления развития экономики страны и его субъектов. На основе проведенного анализа в третьей главе данного диссертационного исследования современного состояния и тенденций развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан и опираясь на предусмотренные возможные сценарии социально-экономического развития страны в рамках Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030г., предлагаем следующие сценарные развития рынка бизнес-услуг в Республике

¹⁴⁹ Евдокимова Е.С. Сценарный подход к оценке результатов деятельности строительной организации / Е.С.Евдокимова // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Специальность 08.00.05. – Иркутск: 2014. – С. 73.

¹⁵⁰ Корева Е. Б., Ростова Е.П. Методы социально-экономического прогнозирования / Е. Б.Корева, Е.П.Ростова. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2011. –С.15.

Таджикистан: «инерционное развитие», «пессимистическое развитие» и «интегрированное развитие».

При разработке рассмотренных сценариев развития сектора бизнес-услуг также нами были учтены факты, доказывающие улучшение перспектив развития отрасли, такие как улучшение условий добросовестной конкуренции на рынке услуг, повышение доли сектора бизнес-услуг в структуре ВВП, значительное развитие некоторых секторов промышленности, предъявляющие высокий спрос на бизнес-услуги, уменьшение бюрократических процедур при регистрации нового бизнеса, увеличение занятости в секторах бизнес-услуг и др.

Для разработки сценарных расчетов нами была использована множественная регрессия, отражающая связи между несколькими независимыми переменными и одной зависимой. В качестве зависимого показателя использовался показатель ВВП из Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030г., а в качестве независимых показателей X -объем производства услуг, X_1 - производство бизнес-услуг, X_2 – экспорт и X_3 – импорт бизнес-услуг. С учетом коэффициентов, которые нами были подсчитаны и выведены инструментом «Регрессия» (см. приложение 2.).

Таким образом, на основе использования приведенных уравнений в приложение 2, нами осуществлен прогноз развития рынка бизнес-услуг на период до 2030г. в трех сценариях. Рассмотрим более подробно каждый из вариантов представленных сценариев:

Сценарий А: инерционное развитие – устойчивое развитие сектора бизнес-услуг подразумевает продолжающийся быстрый рост сектора бизнес-услуг и повышение его значения на развитие других секторов экономики.

Сценарий Б: пессимистическое развитие – предусматривающий низкий темп роста бизнес-услуг из-за роста оффшоринга бизнес-услуг и оказания бизнес-услуг собственными силами самих предприятий клиентов. Также существует вероятность снижения спроса на бизнес-услуги из-за развития технологий и «автоматизации функций некоторых видов бизнес-услуг».

Сценарий В: интегрированное развитие бизнес-услуг, который предусматривает интеграцию различных узкоспециализирующих и многопрофильных фирм в сфере оказания бизнес-услуг посредством развития разделения труда и производственной специализации в процессе оказания бизнес-услуг.

Более подробно рассмотрим приведенные сценарии развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан.

Согласно инерционному сценарию, среднегодовой темп роста ВВП в период до 2025г. составляет 6,9%, производство услуг – 11,20% и темп роста производства бизнес-услуг развития сектора бизнес-услуг – 13,09%. Объем темпа роста бизнес-услуг во всех рассматриваемых сценариях превышает темп роста ВВП и темп роста производства услуг. Высокий темп роста бизнес-услуг по сравнению с темпом роста сферы услуг объясняется тем, что в стране уже во многих субъектах сегмента потребительских услуг, достигнут высокий уровень удовлетворения спроса, так как, за годы Независимости были созданы сотни объектов социальной инфраструктуры, медицинские и образовательные учреждения, предприятия общественного питания, детские сады, санитарные оздоровительные комплексы и объекты досуга, что представляют потребителям широкий выбор при принятии решения приобрести соответствующие услуги. Однако, начатый этап индустриализации после объявления четвертой стратегической цели страны ускоренной индустриализации, предусматривающее создание и эксплуатацию новых промышленных предприятий в стране создает дополнительный спрос на соответствующие услуги предприятиям и организациям. Наряду с этим, реализация крупных гидроэнергетических проектов в стране, такие как строительство Рогунского ГЭС, промышленных проектов, как предприятия по производству алюминия, золота, текстильных изделий, и строительство дорог требует огромных видов инжиниринговых, консалтинговых, финансовых и маркетинговых услуг. Динамика изменения основных показателей развития сектора бизнес-услуг по рассматриваемым сценариям приведена в таблице 4.2.1.

Таблица 4.2.1

Прогнозирование развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан по сценарным условиям

Показатели	Сценарии	2021г.	2022г.	2023г.	2024г.	2025г.	2026г.	2027г.	2028г.	2029г.	2030г.
ВВП	I	94601,8	105174	116929	129997	144525	159132	175216	192925	212424	233893
	II	88372,1	96042,8	104379	113439	122100	131423	141457	152257	163882	176394
	III	98913,4	111614	125945	142117	160364	179215	200282	223825	250136	279539
Производство услуг млн. сомони	I	40508,7	45035,9	50069,2	55664,9	61886	68140,8	75027,8	82610,9	90960,3	100154
	II	37841,1	41125,7	44695,4	48575	52283,7	56275,6	60572,2	65196,9	70174,7	75532,5
	III	42355	47793,3	53930	60854,6	68668,4	76740,3	85761,1	95842,4	107109	119699
Производство бизнес-услуг, млн сомони	I	1229,82	1367,27	1520,07	1689,96	1878,83	2068,72	2277,81	2508,02	2761,51	3040,61
	II	1148,84	1248,56	1356,93	1474,71	1587,31	1708,5	1838,94	1979,34	2130,47	2293,13
	III	1285,87	1450,98	1637,29	1847,51	2084,74	2329,8	2603,66	2909,72	3251,76	3634,01
Импорт бизнес-услуг, млн сомони	I	374,843	416,735	463,31	515,089	572,655	630,534	694,262	764,431	841,692	926,762
	II	350,159	380,552	413,584	449,484	483,802	520,74	560,498	603,292	649,354	698,932
	III	391,927	442,251	499,035	563,112	635,415	710,108	793,581	886,867	991,118	1107,62
Экспорт бизнес-услуги, млн сомони	I	104,916	116,642	129,678	144,171	160,283	176,483	194,32	213,96	235,585	259,395
	II	98,0075	106,515	115,76	125,808	135,413	145,752	156,88	168,858	181,751	195,627
	III	109,698	123,783	139,677	157,612	177,849	198,755	222,119	248,229	277,409	310,018
занятость в секторе бизнес-услуг, тыс. чел.	I	70,38	76,71	83,74	91,55	100,24	108,98	118,60	129,19	140,86	153,70
	II	66,65	71,24	76,23	81,65	86,83	92,41	98,41	104,87	111,82	119,31
	III	72,96	80,56	89,13	98,80	109,72	120,99	133,59	147,68	163,41	181,00
Примечание: I- инерционное развитие; II- пессимистическое развитие; III- интегрированное развитие											

Источник: расчеты автора

Первый сценарий предусматривает продолжающийся рост сектора бизнес-услуг. Значение сектора бизнес-услуг в создании добавленной стоимости, создание рабочих мест и объема внешней торговли будут опережать другие секторы сферы услуг.

Рост спроса на бизнес-услуги при достижении данного сценария поддерживается развитием технологий, инноваций и индустриализацией страны, которые увеличивают потребность предприятий в бизнес-услугах. Развитие оборудования нового поколения, интернет технологий, электронной коммерции, распространение передовых широкополосных и мобильных подключений стимулирует спрос на все типы бизнес-услуг, так как предприятиям и компаниям необходимо оказать новые услуги по современным требованиям.

Кроме того, в условиях развития новых технологий растут отрицательные аспекты его использования в хозяйственной деятельности, что актуализируют вопросы обеспечения безопасности финансовой деятельности предприятий и организаций, которые требуют сотрудничества с представителями бизнес-услуг в данной области.

Кроме того, развитие высоких технологий может привести к сокращению количества работников и уменьшению размера предприятий отрасли, что в итоге приведет к повышению спроса на некоторые виды бизнес-услуг. Бурный рост промышленности по данному сценарию актуализирует вопросы защиты окружающей среды, что, в свою очередь также формирует дополнительный спрос на бизнес-услуги в сфере природоохранной деятельности. Таким образом, по данному сценарию большее количество бизнес-услуг будет играть стратегическую роль в решении проблем потребителей.

Возможность расширения потенциала деятельности отечественных предприятий обосновывается тем, что иностранные компании, как правило, во внутреннем рынке могут столкнуться с препятствиями, связанными с местной культурой и обычаями. Исходя из этого, растет число специализированных

фирм на местном рынке или иностранных фирм, которые способны адаптировать свои услуги на внутреннем рынке.

Согласно второму сценарию, среднегодовой темп роста ВВП в период до 2030г. составляет 4,5%, производство услуг – 10,94% и темп роста производства бизнес-услуг развития сектора бизнес-услуг– 8,8%.

Низкий уровень темпа роста ВВП и объема производства услуг по данному сценарию обосновывается тем, что сохранение аграрно-индустриальной модели развития экономики Таджикистана не позволяет своевременно решать финансирование инфраструктурных, промышленных и гидроэнергетических проектов в стране, высокая зависимость импорта бизнес-услуг не позволяет сформулировать развитый внутренний сегмент данного сектора в стране. Экономика страны по данному сценарию будет зависеть от высокого уровня денежных переводов мигрантов. Частичный спрос на бизнес-услуги проявляются со стороны фермерских и дехканских хозяйств для внедрения современной техники и технологии в сфере сельского хозяйства, освоения новых земель, продажи сельскохозяйственных товаров на внешние рынки и бизнес-услуги, связанные с транспортировкой, хранением, обработкой сельхозпродукции. Спрос на бизнес-услуги со стороны промышленных предприятий проявляется, в основном, на тех предприятиях, которые сталкиваются с финансовыми проблемами и будут нуждаться на проведение финансовой ревизии деятельности или консультации по решению финансовых проблем.

Низкий уровень темпа роста бизнес-услуг по второму сценарию или вероятности еще большего его спада обосновывается тем, что отечественные предприятия и организации переходят на самообеспечение бизнес-услуг, используя внутренний потенциал предприятия, внедрение информационной техники или управленческих изменений.

Медленный рост сектора бизнес-услуг по данному сценарию также основывается на низком темпе роста экономики в целом. Низкий уровень спроса на промышленные изделия требуют меньшего количества внешних

услуг. К другим факторам, отрицательно влияющим на динамику спроса по данному сценарию также можно отнести расширение степени либерализации торговли услугами и повышение доли иностранных фирм на внутреннем рынке.

Более крупные отечественные фирмы из-за отсутствия спроса на их продукцию будут сокращать количество своих сотрудников, что приведет к росту числа малых и средних фирм в сфере бизнес-услуг или росту числа индивидуальных предпринимателей, оказывающих ограниченные спектры бизнес-услуг. По этому сценарию клиенты бизнес-услуг могут превратиться в конкурентов поставщиков бизнес-услуг, оказывая соответствующие услуги из имеющего опыта партнерам по купле-продаже или других предприятий и организаций. Более высокая конкуренция может исходить также от государственного сектора, вузов, и научно исследовательских институтов, которые наряду с основной работой предлагают соответствующие бизнес-услуги. Это может отрицательно влиять на формирование конкурентоспособного сектора бизнес-услуг в стране. Во втором сценарии вероятно частичное свертывание программ социально-экономического развития страны, что ухудшает состояние рынка бизнес-услуг. В таких условиях сектор бизнес-услуг не может динамично развиваться из-за снижения покупательной способности промышленных предприятий и других организаций.

Согласно третьему сценарию, среднегодовой темп роста ВВП в период до 2030г. составляет 8,5%, производство услуг –11,36% и темп роста производства бизнес-услуг –14,69%.

Данный сценарий предусматривает интегральную модель развития страны, при котором параллельно с развитием промышленности развивается сельское хозяйство, международный туризм, строительство объектов социальной инфраструктуры, повышается роль и значение знания во всех сегментах внутреннего рынка. Развитие широких спектров экономики страны влечет за собой развитие широкого набора бизнес-услуг. Реализация и эксплуатация новых объектов в сфере гидроэнергетики делает ее экспорт, как

сырьевой ресурс, невыгодной и возникает вопрос о создании дополнительных крупных энергоемких проектов для эффективного использования гидроэнергетических ресурсов страны с высокой добавленной стоимостью. Такая тенденция способствует тому, что бизнес-услуги, будут занимать промежуточное положение между другими фирмами и их клиентами и выступает как фактор интеграции предприятий различных сфер деятельности. Развитие специализации в сфере оказания бизнес-услуг приводит к широкому набору входных услуг. Крупные предприятия в сфере оказания бизнес-услуг, выступая как ведущие поставщики, привлекают малых и средних фирм или других поставщиков на субподрядной основе для выполнения определенных задач в рамках реализации того и иного проекта.

По третьему сценарию многие поставщики бизнес-услуг являются узкоспециализированными, что дает им возможность достигать высокую производительность труда и развитие инновации в этой сфере. Такие фирмы также будут в состоянии оказывать специализированные услуги, адаптированные к конкретным потребностям промышленных и иных предприятий. Некоторые из специализированных компаний становятся крупнее, используя обширные методы управления знаниями для достижения воспроизводимости решений, которые они разрабатывают для отдельных клиентов.

Интеграторы, выступая как ядро интеграции, будут нести ответственность за контроль качества поставщиков специализированных услуг. Такие компании эффективно будут действовать на региональном или отраслевом рынке, пользуясь активной формой государственной поддержки в сфере поддержки и модернизации промышленности и МСП.

Такая модель развития сектора бизнес-услуг приведет к тому, что во многих случаях крупные многосекторальные знаниеемкие бизнес-услуги будут действовать как интеграторы. Такой сценарий вполне может повлечь за собой усиление международной конкуренции за предоставление таких координирующих и интегрирующих услуг. Отечественные фирмы могут

столкнуться с острой конкуренцией со стороны других регионов и возможно их слияние с иностранными фирмами или развитие партнерских отношений посредством создания стратегических альянсов. В некоторых случаях более мелкие фирмы могут эффективно координировать и интегрировать пакеты оказываемых услуг в реализации крупных проектов в сотрудничестве с более крупными фирмами.

Индустриально-инновационный сценарий социально-экономического развития страны в рамках Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года предусматривает переход от сырьевой модели промышленности на производство готовой продукции, и организацию полного цикла переработки сырья внутри страны, что стимулирует дополнительный спрос на бизнес-услуги.

Предусмотренные в Национальной стратегии развитие создания основ инновационного развития экономики по индустриально-инновационному сценарию страны, который требует проведения реформ в системе образования и подготовке современных кадров создает хорошие условия для подготовки кадров в сфере бизнес-услуг¹⁵¹. Формирование инновационных подходов решения экономических и социальных вопросов, наряду с развитием импортозамещения и наращивания экспорта товаров и услуг положительно влияет на формирование знаниеемких секторов бизнес-услуг.

Таким образом, все рассмотренные сценарии развития рынка бизнес-услуг предусматривают положительный тренд развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан. При реализации сценария «интегрированное развитие» объем производства бизнес-услуг достигает 3634,01 млн. сомони, что на 3,18 раза больше чем по сравнению с 2020г. При реализации пессимистического сценария объем производства бизнес-услуг в 2030 года составляет 2293,12 млн. сомони, что на 2,16 раз больше чем по сравнению с 2020 г. (рис.17.).

¹⁵¹ Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 г. // Утверждено Постановлением Маджлиси намоёндагои Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016 года, № 636. – Душанбе: «Контраст», 2016. –С.40.

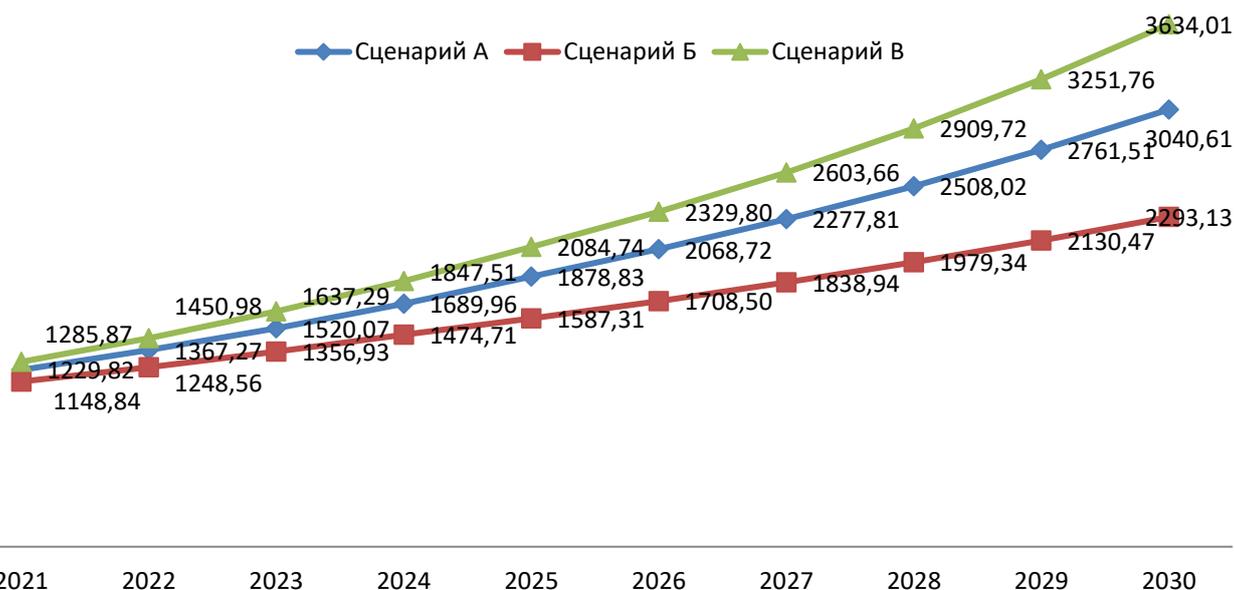


Рисунок 17 - Прогноз объема производства бизнес-услуг в Республике Таджикистан на период до 2030 года (расчеты автора)

Согласно приведенным прогнозам до 2030г. роль сектора бизнес-услуг в обеспечении занятости также значительно растет и составляет 181,00 тыс. человек по сценарию интегрированного развития, 119,31 тыс. по сценарию пессимистического развития и 153,7 тыс. по сценарию инерционного развития. Общее количество занятых во всех рассматриваемых сценариях по среднему повышается от 1,91 до 2,73 раза.

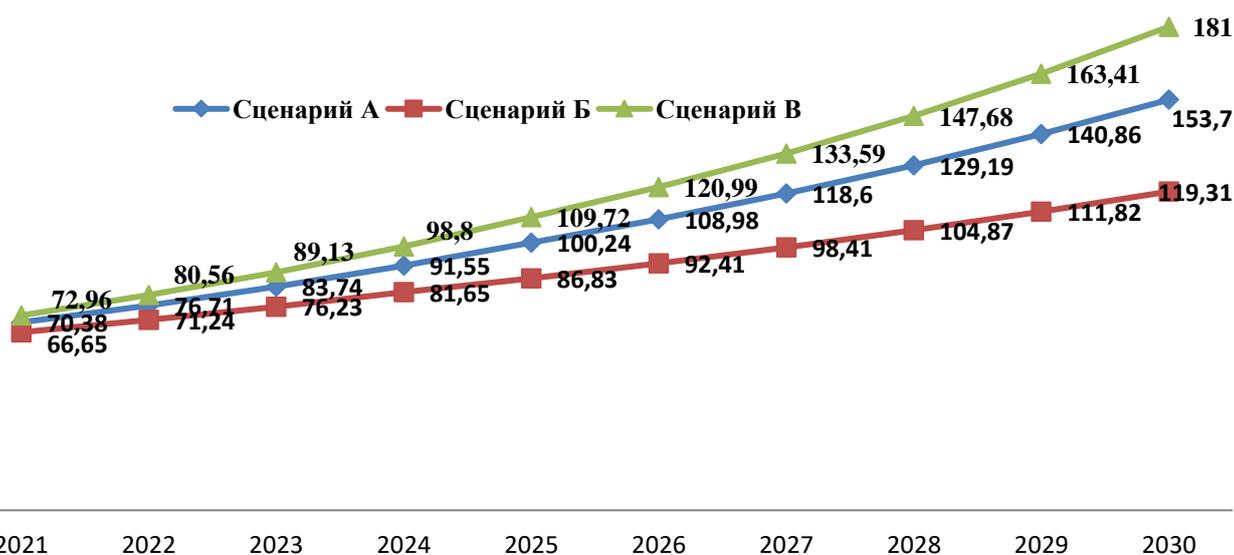


Рисунок 18 - Прогнозирование роста объема количества занятых в секторе бизнес-услуг в Республике Таджикистан в период до 2030года (расчеты автора)

Независимо от того, что предлагаемые сценарии развития сектора предусматривают совершенно разные пути развития отрасли в перспективе, также возможно и наступление такого варианта развития сектора бизнес-услуг, который включает различные элементы всех рассматриваемых сценариев. Совмещение элементов различных сценариев в этом случае меняет тренды развития сектора бизнес-услуг в новом направлении. Основные характеристики различных вариантов сценарных условий развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Основные характеристики различных вариантов сценарных условий развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан

Индикаторы	сценарий А «инерционное развитие»	сценарий Б «пессимистическое развитие»	сценарий В «интегрированное развитие»
Среднегодовой темп роста ВВП	6,9%,	4,5%,	8,5%,
Среднегодовой темп роста производства услуг	11,20%	10,94%	11,36%
Среднегодовой темп роста бизнес-услуг	13,09%.	8,8	14,69%.
Порядок реформирования сектора бизнес-услуг	средние темпы реформирования	низкие темпы реформирования	высокие темпы реформирования
Изменение структуры рынка услуг	принципиально не изменятся или улучшатся в незначительной степени	ухудшатся	улучшатся в значительной степени
Состояние трудовых ресурсов для нужд предприятий сферы бизнес-услуг	улучшение условий труда в предприятиях сектора бизнес-услуг, повышение привлекательности и престижности работы в сфере бизнес-услуг	отток квалифицированных рабочих между компаниями; предпочтение специалистов в области бизнес-услуг работать индивидуально, а не как член предприятий	рост спроса на высококвалифицированных работников с высоким опытом в бизнес-индустрии, развитие международной мобильности квалифицированных рабочих в секторах бизнес-услуг

Доступность бизнес-услуг для клиентов	высокий уровень цен ограничивает возможности МСП на рынке бизнес-услуг, расширяется доступ иностранных поставщиков на отечественном рынке услуг, усиливается конкуренция между отечественными и иностранными фирмами	низкий спрос на бизнес-услуги приведет к снижению цен на рынке, что облегчает доступ небольших фирм на рынок бизнес-услуг	повышение доступности традиционных бизнес-услуг, развитие кооперации между поставщиками бизнес-услуг и потребителями по совместному оказанию бизнес-услуг, развитие процесса кластеризации рынка бизнес-услуг
Тенденции оффшоринга бизнес-услуг	рост оффшорного базовые стандартизированные бизнес-услуги, развитие локализации профессиональных видов бизнес-услуги	развитие аутсорсинга бизнес-услуг; рост вмешательство государство в отрасли с целью поддержки предотвращения оффшорного бизнес-услуг	рост разделения труда между отечественными и иностранными поставщиками бизнес-услуг, параллельное развитие оффшоринга и аутсорсинга бизнес-услуг
Качество оказываемых услуг	частичное повышение качества оказываемых услуг	снижение качества оказываемых бизнес-услуг	значительное повышение качества оказываемых услуг
Использование новых технологий для предоставления бизнес-услуг	рост использования новых технологий для оказания бизнес-услуг	снижение доступа новых технологий поставщикам бизнес-услуг из-за высокого уровня цен	формирование развитой информационно-коммуникационной и технологической инфраструктуры для оказания бизнес-услуг

Источник: разработано автором

Таким образом, дальнейшее развитие рынка бизнес-услуг должно осуществляться на основе сценария «интегрированного развития». Для увеличения эффекта использования данного сценария в стране должна осуществляться разработка и принятие Концепцию развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан на период 2022 по 2030 гг. Анализ процессов развития сферы услуг в стране показывает, что до сих пор не принята Комплексная программа развития сектора бизнес-услуг. Необходимо отметить,

что к данному времени в стране уже накоплен определенный опыт разработки различного рода отраслевых, целевых, специальных и комплексных программ. Однако многие такие программы имеют серьезный недостаток – разрозненность мероприятий и инструментов, отсутствие целостности и взаимосвязанности в масштабе страны. Таким образом, для переориентирования направления развития рынка бизнес-услуг по третьему сценарию требуется уникальный подход к выработке комплексной программы развития сектора бизнес-услуг в стране. Предлагаемая Программа развития сектора бизнес-услуг должна представлять собой взаимосвязанный по содержанию, сроку выполнения, ресурсам и исполнителям комплекс мероприятий правового, организационного, экономического, финансового, социального характера, направленного на преодоление проблем, решение приоритетных задач и достижение целей долгосрочной сервисной политики.

На основе проведенного анализа, обобщая результаты трех сценариев развития рынка бизнес-услуг, автором ниже излагаются научно-методические рекомендации по разработке мер по улучшению дальнейшего развития бизнес-услуг в разных рассматриваемых сценариях.

1. Меры по увеличению высококвалифицированной рабочей силы и повышению мобильности труда:

- необходимо уделять значительное внимание развитию навыков трудовых ресурсов в области высоких технологий, совершенствованию учебных программ в подготовке кадров для нужд промышленности и сферы услуг. Наряду с этим, считаем важным также развитие сочетания управленческих, межличностных и технологических навыков для того, чтобы повысить качество взаимодействия персонала предприятия бизнес-услуг с потребителями, что позволяет им контролировать сложные мульти сервисные проекты. Такие навыки нужны как поставщикам, так и клиентам бизнес-услуг для эффективного выбора и использования входных ресурсов при оказании бизнес-услуг;

- развитие мобильности трудовых ресурсов между компаниями, оказывающие бизнес-услуги. Мобильность рабочей силы между поставщиками и потребителями бизнес-услуг важно для передачи опыта и распространения знания между компаниями и отраслями. Особенно, рост торговли и интернационализации рынка бизнес-услуг создадут спрос на мобильность сотрудников или партнеров из различных стран мира. Исходя из этого, очень важно, в рамках государственных органов и ведомств, устранить препятствия в области мобильности трудовых ресурсов;

- стимулирование использования сетей связи для виртуальной миграции рабочей силы между поставщиками бизнес-услуг. Выполнение удаленных работ сможет решить проблему географического несоответствия между местоположением сотрудников и клиентов, которые требуют эти услуги. Хотя для оказания некоторых видов бизнес-услуг требуется лучшее знание местных условий использование сетей связи может позволить более частое временное перемещение работников посредством виртуальной миграции в периоде реализации проекта по оказанию услуг, когда требуется интенсивный личный контакт между поставщиками и клиентами бизнес-услуг.

2. Меры по расширению доступа менее обеспеченных организаций и депрессивных регионов к бизнес-услугам:

- стимулирование роста коллективного спроса со стороны МСП на приобретение бизнес-услуг. Многие малые и средние предприятия не могут вкладывать время или усилия в изучение перспектив использования бизнес-услуг и часто теряют надежду на использование маркетинговых услуг со стороны дорогостоящих консультантов. МСП также считают, что затраты на использование бизнес-услуг являются высокими, так как требуют большого объема материальных и человеческих ресурсов. Эта проблема может быть устранена за счет стимулирования экономии масштаба нескольких организаций в определенном секторе или месторасположения посредством объединения их спроса на соответствующие бизнес-услуги и осуществление коллективного запроса на приобретение соответствующих услуг со стороны поставщиков

бизнес-услуг. Примером таких услуг может являться кластеризация веб-сайтов таких предприятий или создание коллективной системы электронной торговли, для небольших фирм в определенном промышленном районе. При этом посреднические фирмы, торговые ассоциации, научные парки, торгово-промышленная палата, местные органы власти могут проявить инициативу. Такие посредники могут также предоставлять услуги по информированию и аккредитации, выступая в качестве брокера между поставщиками бизнес-услуг и потенциальными клиентами;

- государственное поощрение поставщиков бизнес-услуг при обслуживании клиентов из периферийных регионов. Поставщики бизнес-услуг обычно концентрируются в столицах или центральных регионах, в то время как многие из них плохо обслуживаются. Здесь торговые посредники или государственные органы могут играть важную роль в поощрении поставщиков бизнес-услуг посещать регионы для поддержки местного бизнеса или повышения их осведомленности о потенциалах своего бизнеса выходящих за рамки региональных рынков. Такую деятельность можно включать в государственную политику развития регионов, в которой также учитывается фактическая и потенциальная роль бизнес-услуг. Также возможно включить такую инициативу в политику, направленную на улучшение качества местной деловой среды, ее телекоммуникационной и транспортной, научной и технологической инфраструктуры.

3. Меры по либерализации торговли услугами и поощрению признания отечественных стандартов зарубежом или признание эквивалентности квалификации работников бизнес-услуг:

- устранение барьеров в торговле. Независимо от значительной либерализации внешней торговли, до сих пор торговые барьеры в секторах профессиональных бизнес-услуг сохраняются. Исходя из этого, очень важно уменьшение таких препятствий для обеспечения устойчивого развития сектора бизнес-услуг. Открытие рынка услуг наряду с стимулированием импорта бизнес-услуг должно расширить экспортные возможности поставщиков бизнес-

услуг, особенно, в тех отраслях, в которых имеется конкурентное преимущество. Устранение барьеров в торговле приведет к усилению конкуренции в ранее защищенных секторах бизнес-услуг, что стимулирует внедрение новых технологий, освоение новых методов оказания бизнес-услуг, повышение качества и снижения затрат на клиентов. Усиление позиции местных поставщиков услуг во внутреннем рынке при либерализации торговли возможно тем, что часто зарубежные поставщики бизнес-услуг предлагают услуги на внешних рынках, не адаптированные к местным бизнес моделям;

- предотвращение оффшоринга деятельности поставщиков бизнес-услуг. Бизнес-услуги являются одной из наиболее динамично развивающихся областей в сфере роста занятости высококвалифицированных работников и существует опасение перехода деятельности таких компаний в офшорные зоны, что отрицательно влияет на создание рабочих мест в стране. Исходя из этого, важно для обеспечения качества предоставляемых услуг в необходимом уровне и поддержанию высоких стандартов улучшить условия труда для профессиональных работников независимо от того, где они работают.

4. Меры по поддержке клиентов бизнес-услуг:

- повышение осведомленности клиентов бизнес-услуг о его качестве. Как и многие другие услуги, бизнес-услуги не очень прозрачны, они производятся и потребляются вместе и их сложно продемонстрировать заранее. Частичное представление о качестве приобретаемых бизнес-услуг у клиентов формируется от других предприятий и организаций, которые ранее приобрели такие услуги. В то время как сложно оценить качество отдельных поставщиков, государственные органы и торговые посредники, торговые ассоциации, вузы и научно-исследовательские институты могут сыграть важную роль для повышения осведомленности клиентов о качестве оказываемых бизнес-услуг посредством повышения доступности перечня тематических исследований и отчетов о передовой практике;

- лучшее использование возможностей информационных технологий для поддержки клиентов. Поставщики бизнес-услуг посредством использования

информационных технологий могут в нужное время предоставить соответствующие рекомендации клиентам или оказывать информационную поддержку для решения определенных проблем;

- поддержка формирования инфраструктуры знаний для клиентов бизнес-услуг. Поддержка роста инфраструктуры частных знаний возможно посредством развития сотрудничества между вузами, поставщиками бизнес-услуг и клиентами. Наличие такой инфраструктуры может способствовать росту доступа предприятий и организаций к научно-технологическим информациям, созданию условий для появления новых фирм в отрасли, совершенствованию механизмов реализации инновационных возможностей и др.

4.3. Совершенствование организационно-экономического механизма функционирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан

Для обеспечения устойчивого функционирования и развития рынка бизнес-услуг необходимо разрабатывать и совершенствовать организационно-экономический механизм функционирования данного рынка предусматривающий организацию системы взаимоотношений между основными субъектами данного рынка при оказании бизнес-услуг. Организационный механизм рынка «это совокупность организационно-экономических структур, формирующих отрасль национальной экономики, и уровней управления, включающих законодательные, финансово-экономические и организационно-административные методы воздействия, обеспечивающие непрерывное развитие отрасли на основе принципов целенаправленности, системности, комплексной реализации потенциала отрасли, адаптивности, согласованности интересов взаимодействующих субъектов, инновационности»¹⁵².

¹⁵² Удальцова Н.Л. Организационно-экономический механизм функционирования отрасли национальной экономики / Н.Л.Удальцова // Экономика и управление. – №6 (91).–С.94.

Эффективность функционирования организационно-экономического механизма рынка бизнес-услуг зависит от согласования интересов субъектов данного рынка, такие как государство, предприятия бизнес-услуг, трудовые ресурсы и потребители. Реализация приоритетных направлений развития сектора бизнес-услуг зависит от эффективности используемых государством инструментов для управления различных сегментов данного рынка, создания условий и формирования экономических стимулов для активизации предпринимательской деятельности.

Основы предлагаемого механизма функционирования рынка бизнес-услуг составляет организационный блок, который состоит из совокупности взаимосвязанных юридических лиц, различных организационно-правовых форм, их хозяйственных подразделений, а также деятельности физических лиц, осуществляющих деятельность по оказанию услуг в определенной сфере национальной экономики.

Важную роль в развитии любой сферы экономики, включая бизнес-услуги, играет государство. Исходя из этого, государство занимает особое место в регулировании рынка бизнес-услуг. Роль государства в развитии сектора бизнес-услуг заключается в том, что оно создает правовое поле функционирования рынка бизнес-услуг и, используя прямые и косвенные методы воздействия на состояние данного рынка, стимулирует развитие наукоемких или знаниеемких секторов бизнес-услуг, реализует конкретные государственные цели в этом направлении.

Так как важным фактором оказания бизнес-услуг является человеческий капитал в предлагаемом нами механизме, трудовые ресурсы включены в качестве важной составляющей части организационно-экономического механизма. Для эффективного развития рынка бизнес-услуг необходимо обеспечить тесное взаимодействие всех субъектов рынка бизнес-услуг.

Если с одной стороны, роль образовательных учреждений в предлагаемом механизме заключается в коммерциализации научной деятельности, то с другой

стороны образовательные учреждения играют важную роль в формировании человеческого капитала в индустрии бизнес-услуг.

Таким образом, эффективность функционирования рынка бизнес-услуг во многом зависит от организационно-экономического механизма взаимодействия основных субъектов данного процесса. Причиной актуализирующей развитие сотрудничества в таком аспекте является то, что среди других важных факторов, таких как нормативные акты, поиск инновационных идей, новых знаний или инструментов для освоения новых знаний, вопросы совершенствования системы взаимоотношений субъектов рынка бизнес-услуг занимает особое место.

Взаимодействие вузов и предприятий сферы бизнес-услуг можно осуществлять посредством совмещения входных ресурсов вуза (квалифицированным профессорско-преподавательским составом) и дополнительными финансовыми ресурсами со стороны предприятия сферы бизнес-услуг. Активное привлечение поставщиков бизнес-услуг к финансированию научных идей вуза дает положительный эффект как развитию инновации в секторе бизнес-услуг, так и в повышении роли и значения вузов на данном рынке.

Совместное оказание бизнес-услуг посредством гармонизации учебного процесса и научно-исследовательской работы, организации краткосрочных и среднесрочных курсов повышения квалификации на базе предприятий сектора бизнес-услуг будут нести в себе синергию человеческого капитала.

Развитие научно-исследовательского сотрудничества вузов и предприятий сферы бизнес-услуг оказывает положительное влияние хозяйственной деятельности поставщиков бизнес-услуг за счет увеличения объема продаж бизнес-услуг, повышения продуктивности исследований и уровня патентования.

Кроме того, представители учебных заведений получают доступ к дополнительным ресурсам, реализации теоретических знаний в практике и расширении кругозора профессорско-педагогических кадров относительно

сферы своей деятельности. Исходя из этого, очень важно уделить внимание развитию отраслевых связей университетов с представителями бизнес-услуг для коммерциализации образовательного продукта.

Вузы страны должны выступать как важный ресурс для местных фирм. Независимо от того, что формальное сотрудничество между высшими учебными заведениями наложено не на достаточном уровне, растет неформальное сотрудничество между вузами и представителями бизнес-услуг в сфере оказания консультационных, бухгалтерских, и маркетинговых услуг.

Таким образом, развитие связи между вузами и предприятиями сферы бизнес-услуг, способствуя коммерциализации результатов научных исследований и развитию инноваций в частном секторе, положительно влияет на экономику страны в целом. Исследование показывает, что уровень развития сотрудничества между вузами и предприятиями сектора бизнес-услуг значительно варьируется в зависимости от сферы их деятельности. Например, если секторы биотехнологии, консультационных, аудиторских услуг более склонны к взаимодействию с университетами, то другие сектора, такие как инжиниринговые услуги, управление недвижимостью менее заинтересованы в сотрудничестве с высшими учебными заведениями. Предприятия наукоемких секторов бизнес-услуг, такие как фармацевтика и химическая промышленность, совмещая свои исследования и разработки с академическими отделениями, обеспечивают высококачественные результаты исследований. Таким образом, сотрудничество с университетами является важным аспектом развития инноваций.

К факторам, которые влияют на уровень развития кооперационного сотрудничества между университетами и предприятиями бизнес-услуг, относятся общая сфера их деятельности, желание партнеров и их мотивация к сотрудничеству.

Важность пространственной близости заключается в том, что она позволяет формировать более интенсивные связи, способствующие тесному взаимодействию.

Важными формами сотрудничества между вузами и предприятиями бизнес-услуг выступают такие формы взаимодействия как совместные публикации, совместное размещение, исследовательские гранты, сотрудничество, а также связи с другими членами академического сообщества.

Инновационное сотрудничество между предприятиями сектора бизнес-услуг можно укреплять посредством изменений в законодательстве в сфере образования, предусматривающие вопросы интеграции науки и производства, с целью повышения конкурентоспособности, как высших учебных заведений, так и предприятий сектора. Для этого, необходимо усиление технологических баз университетов, роста патентования научных изобретений и финансирования результатов НИОКР в вузах, производственных предприятиях и организациях страны.

Другим важным аспектом экономического механизма функционирования рынка бизнес-услуг является развитие производственного сотрудничества между поставщиками бизнес-услуг и клиентами в процессе оказания услуг. Высокая степень персонализации бизнес-услуг вынуждает вовлекать клиентов в процесс производства услуг, увеличивая взаимозависимость сторон в достижении общей цели создания ценности. Развитие такого сотрудничества позволяет оказать услуги в таком уровне, которое лучше соответствует потребностям конкретных клиентов. Таким образом, качество конечного результата обслуживания во многом зависит от характера взаимодействия и уровня общения между двумя сторонами. В процессе совместного производства услуг регулярно происходит обмен информации между двумя этими сторонами.

Участие клиента при оказании бизнес-услуг в основном происходит двумя способами. В первом случае клиент вовлекается в процесс оказания услуг и во втором случае они проводят тренинги для обслуживающих компаний, осведомляя их какой метод решения проблем они ожидают от поставщика бизнес-услуг. В первом случае поставщик бизнес-услуг по предварительному заказу предлагает определенное решение проблем фирмой-

клиента, а во втором случае проводятся различные дискуссии, посредством которого происходит передача знания между этими субъектами для решения проблем клиента.

Самым важным фактором успешного совместного производства является качество коммуникации, которое состоит из нескольких параметров, таких как коммуникационная открытость, определяемая как готовность клиента к четкому и честному обмену информацией.

Внедрение в компанию сложных наукоемких решений часто требует глубокого знания бизнес-процессов клиента, стратегических целей или рыночных условий. Некоторые владельцы бизнеса не хотят делиться конфиденциальными данными своих предприятий с поставщиками бизнес-услуг, опасаясь потерять конкурентное преимущество в случае распространения информации. Поэтому для фирм бизнес-услуги важно поощрять открытость общения, указывая на потенциальные выгоды от сотрудничества и открыто обсуждая вопросы конфиденциальности с клиентом.

Еще одним аспектом плодотворного общения может быть ясность в выражении ожиданий. Из-за разнообразия областей знаний, восприятия рынка, предыдущего опыта или даже общих убеждений компании бизнес-услуг могут рассматривать проект иначе, чем их клиенты. Третьей составляющей эффективной коммуникативной комбинации может быть взаимопонимание или способность участвовать в уважительном диалоге. Чтобы избежать конфликтов, и не допускать мелкие неудачи, задержки или ошибки, оба участника совместного производства услуг должны установить гибкие и здоровые психологические границы диалога для организации плодотворного сотрудничества.

Другим фактором успешной реализации совместного производства является качество командной работы. Сотрудники обеих фирм объединяются для решения конкретных проблем. Недостаточное внимание на такие моменты приведет к меньшей способности интегрировать инструменты,

предоставленные экспертом и, таким образом, снизить общую удовлетворенность после оказания услуг.

На основе проведенного анализа можно предложить механизм сотрудничества поставщика и потребителя бизнес-услуг в процессе оказания услуг. В предлагаемом механизме все факторы, влияющие на совместное производство услуг, объединены в одну группу (рис.19).

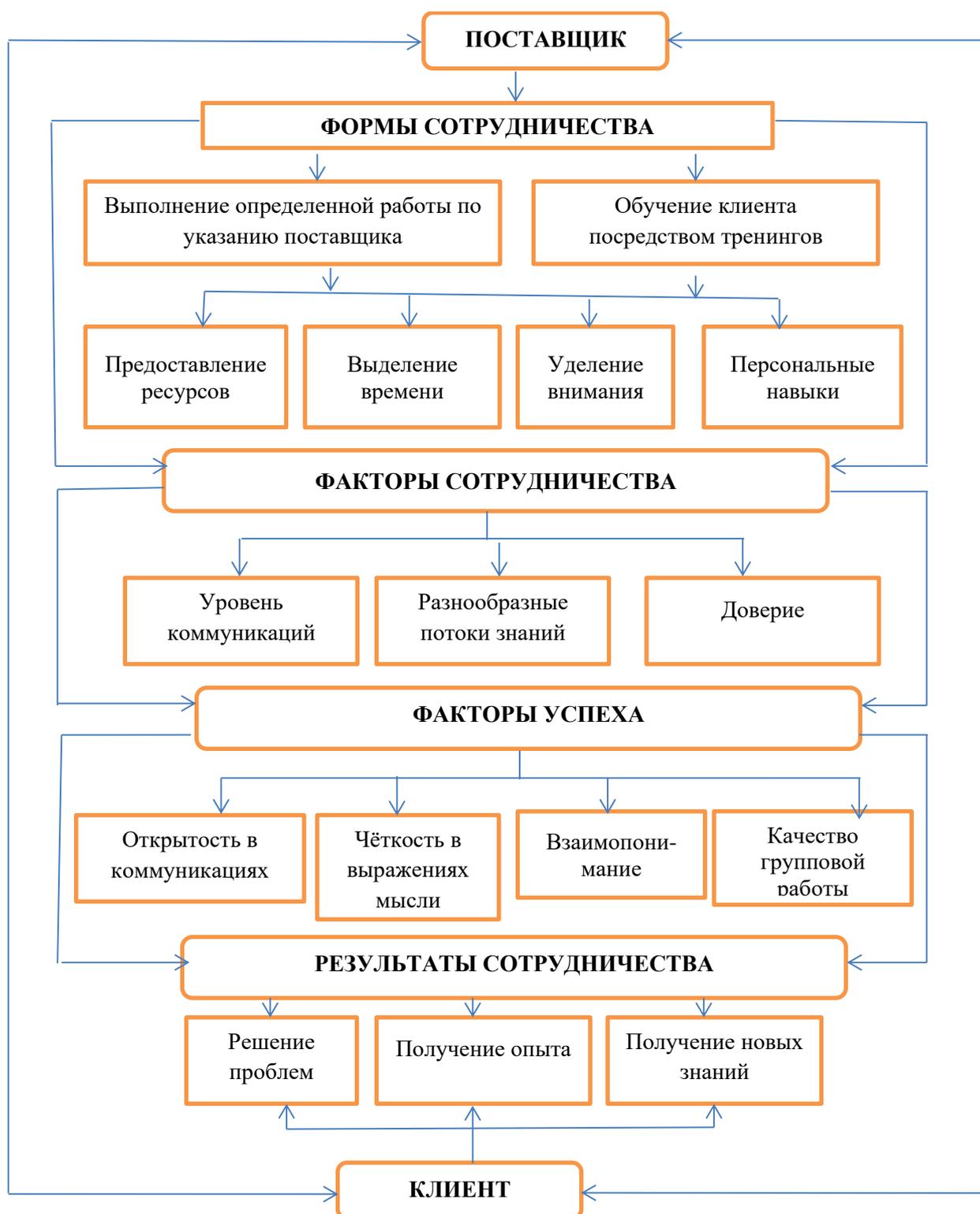


Рисунок 19 - Механизм сотрудничества поставщика и потребителя в процессе оказания бизнес-услуг (составлено автором)

Качество взаимодействия клиента с поставщиками бизнес-услуг влияет на результат производственного процесса. Чтобы больше приносить пользу своим клиентам, фирмы должны уметь справляться с неопределенностью, возникающей в результате их взаимодействия с клиентами. Научно-технические фирмы часто поддерживают тесные отношения с клиентами. Они создают узкоспециализированную и сложную услугу, которая связана с большой долей неопределенности и риска.

Трудовые ресурсы предприятия поставщика бизнес-услуг занимают особое место в предлагаемом организационно-экономическом механизме взаимодействия основных субъектов рынка бизнес-услуг. Качество выполняемой работы трудовых ресурсов предприятий сектора бизнес-услуг зависит от степени их удовлетворенности своей работой, действующей системы мотивации персонала, созданной рабочей атмосферы, корпоративной культуры предприятий и др.

Включение человеческого капитала в приведенный механизм связано с тем, что в любых научно-технических предприятиях и организациях он считается важнейшим ресурсом. От эффективной работы трудовых кадров зависит развитие предприятий и способность фирм предлагать дополнительные продукты. Существует положительная связь между человеческим капиталом и производительностью в научно-технических фирмах. Человеческий капитал является ресурсом, на которое предприятия сферы бизнес-услуг сосредотачивают наибольшее внимание. Для таких организаций, как бухгалтерские и юридические фирмы, прямая прибыль от человеческого капитала в виде оплачиваемых часов обеспечивает поток дохода. Для научно-технических фирм способность фирмы генерировать ренту во многом зависит от компетенций ее сотрудников в отслеживании проблем, связанных с работой, диагностикой опыта и разработки, внедрением и оценкой успешных решений. «Высококвалифицированный специалист как носитель знаний и

инновационной культуры, социально ориентированных ценностей становится источником развития инновационных технологий и новых организационных форм наукоемкого производства»¹⁵³.

Процесс производства различных видов бизнес-услуг предполагает эффективное использование трудовых ресурсов, с соответствующими уровнями квалификации.

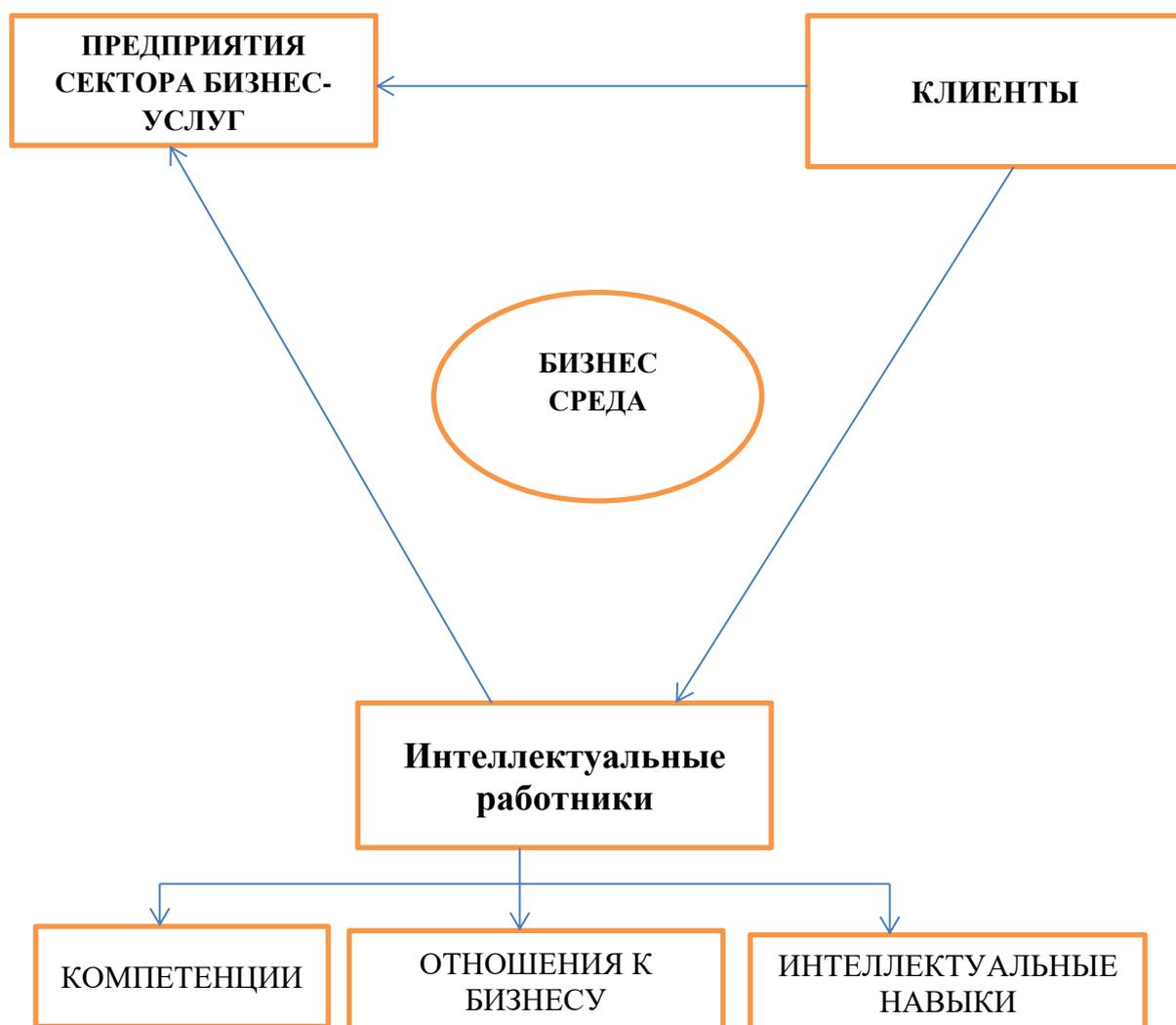


Рисунок 20 - Механизм взаимодействия между трудовыми ресурсами и предприятиями сектора бизнес-услуг (составлено автором)

Человеческий капитал в секторе бизнес-услуг выступает как интеллектуальный ресурс. «Интеллектуальный ресурс воплощает систему отношений, связанных с производством знаний и интеллектуальных

¹⁵³ Швецова О. А. Проблемы мотивации ключевого персонала наукоемких предприятий / О. А. Швецова // Дискурс. – Санкт-Петербург: Санкт-Петер. гос. элек. унив."ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина). 2016 №. 3, –С. 50.

способностей на индивидуальном, коллективном и общественном уровнях, способных обеспечить социально ориентированный процесс устойчивого расширенного и сбалансированного воспроизводства национального богатства на интенсивной основе»¹⁵⁴.

Специфика использования трудовых ресурсов в процессе оказания бизнес-услуг заключается в том, что лицо, предоставляющее эти услуги, должно обладать способностями и умениями (компетенциями), связанными с обеспечением эффективной передачи необходимой информации потребителю услуг, с одной стороны, и способностью последнего к усвоению полученных знаний и их превращению в собственный капитал, — с другой стороны¹⁵⁵.

Бизнес-услуги позволяют расширить диапазон предпринимательской деятельности за счет относительного понижения трудовых затрат и привлечения высококвалифицированных работников. Этот процесс способствует росту производительности всей экономики, поскольку многие отрасли промышленности используют бизнес-услуги как вход к различным интенсивным отраслевым технологиям. Особенно, это важно для достижения эффекта равномерного распространения бизнеса. Вместе с тем, предприятия сферы бизнес-услуг могут быть катализаторами инноваций в данной сфере национальной экономики¹⁵⁶.

Развитие рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан можно обеспечить посредством корректировки социально-экономического развития страны. Внесение корректировок в стратегию развития предприятий сферы услуг требует изменений внешней среды подготовки кадров.

«На рынке труда от человека требуется высокий профессионально-квалификационный уровень, готовность и способность к профессиональному

¹⁵⁴ Садофьев А.А. Интеллектуальные услуги как инструмент воспроизводства человеческого капитала в условиях «экономики знаний» / А.А.Садофьев // Вестник АГУ. - № 4 (190) 2016. –С. 43.

¹⁵⁵Садофьев А.А. Интеллектуальные услуги как инструмент воспроизводства человеческого капитала в условиях «экономики знаний» / А.А.Садофьев // Вестник АГУ. - № 4 (190) 2016. –С.43.

¹⁵⁶Мамедов О.Ю. Развитие сектора деловых услуг как инновационный императив динамики сферы обслуживания / О.Ю.Мамедов // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов-на-Дону: 2008. – Том 6 - № 3 Часть 3 – С.75.

переобучению, повышение квалификации, а при необходимости - и смена профессии или места работы»¹⁵⁷.

Учитывая высокую конкуренцию на рынке бизнес-услуг, предприятия отрасли для сохранения репутации на рынке предъявляют высокие требования к работникам, привлекают специалистов, обладающих нестандартным инновационным мышлением, способные реализовать амбициозные проекты и способных оперативно реагировать на изменение рынка. Для повышения квалификации и конкурентоспособности работников в секторе бизнес-услуг необходимо принимать меры по рациональному использованию денежных средств на обучение и переобучение кадров, совершенствованию системы внутрикорпоративного обучения и др. Разработка новых стратегических подходов в вопросах трудовых отношений, поиск путей совершенствования системы стимулирования труда, совершенствование системы социальных льгот и гарантий является другим важным направлением повышения квалификации работников. Внедрение дистанционных образовательных технологий между передовыми аудиторскими, консультационными, маркетинговыми предприятиями отрасли и малыми средними предприятиями будет способствовать формированию высокой конкурентоспособности работников в сфере бизнес-услуг. Таким образом, новые подходы в вопросах повышения конкурентоспособности работников в секторе бизнес-услуг должны способствовать созданию эффективных условий для привлечения и закрепления квалифицированных специалистов, формирования активной конкурентной позиции на рынке бизнес-услуг, повышения эффективности использования имеющегося кадрового потенциала.

Обобщая результаты проведенного исследования, предлагаем организационно-экономический механизм взаимодействия основных субъектов рынка бизнес-услуг (рис.21).

¹⁵⁷Мартынова Е.В. Методы повышения конкурентоспособности молодых работников организаций сферы деловых услуг в Саратовской области / Е.В.Мартынова // Вопросы структуризации экономики. (Мат.ІV Меж. НПК.) – Махачкала: 2012. –№3. –С.183.

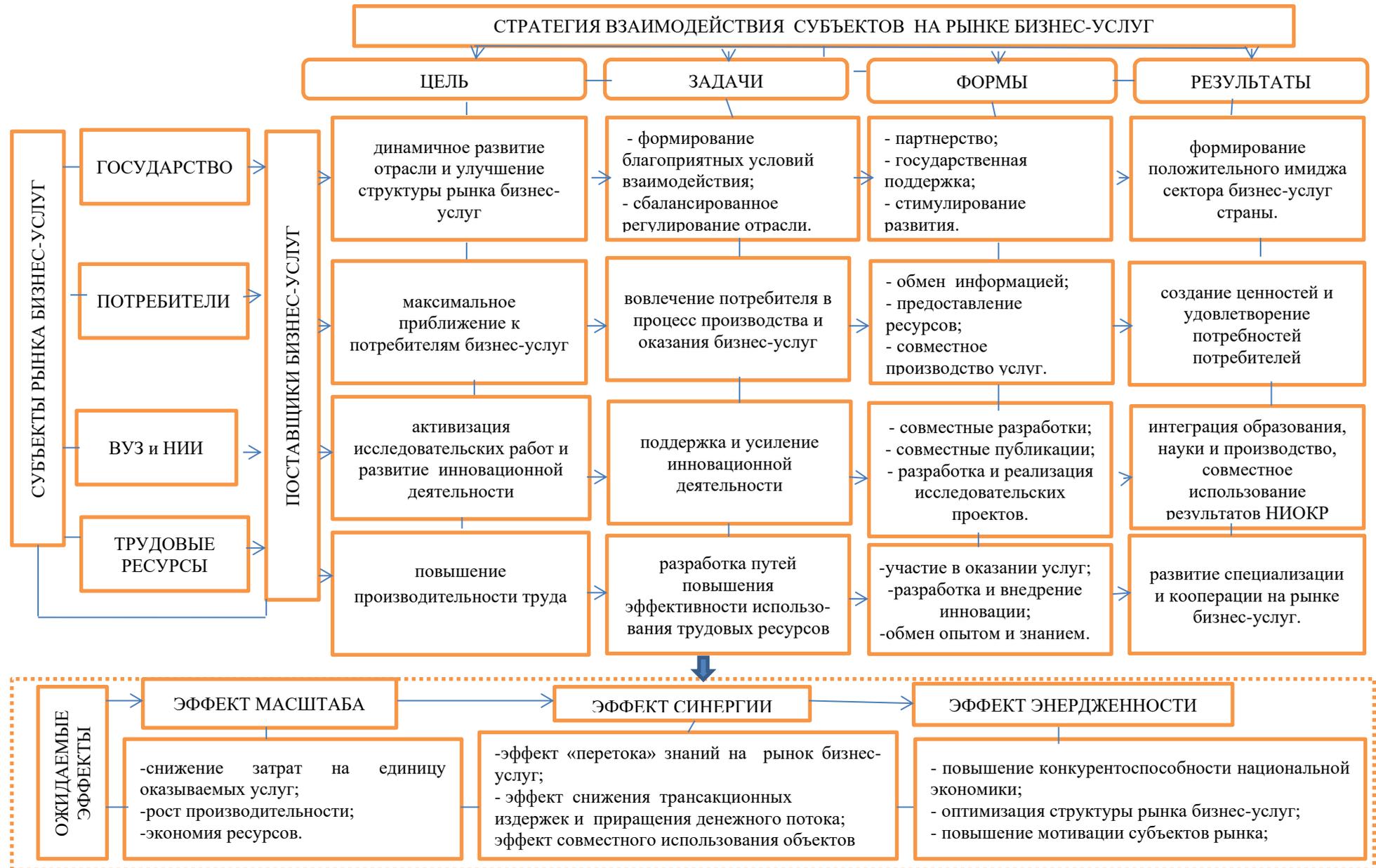


Рисунок 21 - Организационно-экономический механизм взаимодействия основных субъектов рынка бизнес-услуг (разработано автором)

Реализация данного механизма на практике способствует развитию специализации среди участников рынка бизнес-услуг, позволяющая им получать эффект эмерджентности от взаимодействия сторон с учетом обеспечения их конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках и более высокую прибыль за счет экономии от масштаба.

Бизнес-услуги выступают важным элементом процесса экономического развития посредством использования интеллектуальных трудовых ресурсов, которые способны превращать их в инновационные результаты.

Росту бизнес-услуг способствовало развитие и распространение информационных и коммуникационных технологий, которые повлияли на связь между производством и сферой услуг с одной стороны – за счет увеличения объема услуг во многих отраслях экономики, а с другой – за счет содействия «раздробления» деятельности, ранее выполнявшейся внутри производственных компаний.

Развитие хорошей системы взаимоотношений между предприятиями сектора бизнес-услуг и производственными секторами экономики влияет на производительность труда как самого сектора бизнес-услуг, так и производственного сектора экономики. Сектор бизнес-услуг положительно влияет на международную конкурентоспособность промышленности и сельского хозяйства и сферы услуг. Использование бизнес-услуг как производственный ресурс, положительно влияет на производительность отраслей-пользователей по двум различным каналам, а именно:

- а) поддержка и усиление инновационных возможностей отраслей-пользователей, особенно, их способностей внедрять новые продукты;
- б) содействие улучшению организационных моделей функционирования и повышения эффективности производства в предприятиях клиента.

На основе проведенного анализа нами разработаны следующие рекомендации:

1. Определить стратегическую позицию развития наукоемких бизнес-услуг. Республике Таджикистан придется дать большее значение развитию

наукоемких бизнес-услуг в проведении реформ и модернизации промышленности страны. При разработке долгосрочных программ развития промышленности, телекоммуникации, гидроэнергетики, инфраструктуры следует уточнить роль и значение бизнес-услуг в реализации таких программ. Кроме того, необходимо принять меры по повышению роли и значения бизнес-услуг в социально-экономическом развитии страны, повышении финансовой стабильности организации и предприятий, развитию других секторов сферы услуг, что невозможно без использования промежуточных услуг. Для усиления строительства инфраструктурных и обеспечения хороших условий для развития наукоемких бизнес-услуг необходимо создать стратегический альянс в сфере промышленности и сектора услуг, что позволит значительно повысить перспективы отрасли.

2. Повышение инновационной активности и способностей наукоемких бизнес-услуг. Создание инновационных центров поддержки сектора бизнес-услуг и совершенствование государственной политики в области инновационной деятельности предприятий и организаций позволяет повысить значения предприятий сферы бизнес-услуг в инновационной системе страны. Принятие мер по активизации исследования и разработок, совершенствование нормативно-правовых актов для защиты прав интеллектуальной собственности и управления, поощрения инновационной способности высших учебных заведений, создания механизмов взаимодействия и координации всех субъектов рынка бизнес-услуг ставит основу для формирования дополнительных конкурентных преимуществ сферы бизнес-услуг в стране. Создание и совершенствование механизма защиты объектов интеллектуальной собственности, совместного использования результатов НИОКР положительно влияет на реальный сектор экономики страны.

3. Укрепление инноваций и применение информационных технологий создает хорошую платформу информационных услуг для развития сектора бизнес-услуг. Это также позволяет расширить каналы для обмена производственными ресурсами между поставщиками бизнес-услуг и другими

предприятиями и организациями страны. Увеличение инвестиций в отраслях науки и технологий имеет жизненно важное значение для развития рынка бизнес-услуг.

Создание и усовершенствование системы кредитования, разработка совершенной финансовой политики для развития отрасли способствуют формированию эффективной конкуренции на рынке, развитию производственного сектора экономики и содействуют формированию диверсифицированной и устойчивой экономики Таджикистана, базирующая на отраслях промышленности и сферы услуг с высокой добавленной стоимостью.

4. Подготовка кадров в сфере знаниеемких бизнес-услуг. В процессе предоставления наукоемких услуг и взаимодействия с клиентами, талантливые специалисты выступают в роли создателей, пропагандистов и распространителей новых технологий и инноваций, которые поощряют спрос на бизнес-услуги и формируют новые сегменты рынка услуг. Здесь необходимо создать условия для сотрудников, чтобы постоянно совершенствовать уровень своих знаний и навыков, с освоением новых технологий повысить свой профессиональный уровень. В этом аспекте необходимо принимать меры по привлечению иностранных и отечественных специалистов.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Результаты проведенного исследования организационно-экономического механизма формирования и развития рынка бизнес-услуг в условиях рыночной экономики позволили нам сделать некоторые основные выводы и сформулировать следующие предложения:

1. Бизнес-услуги являются обязательным условием функционирования рыночной экономики. Выступая как важная часть сектора услуг, бизнес-услуги способствуют развитию промышленности страны и степени внедрения инноваций в сфере услуг. Важность бизнес-услуг проявляется как в росте доли самой отрасли в сфере услуг в структуре ВВП, так и в развитии интеграции производственного сектора экономики с третичным сектором. Развитие сектора бизнес-услуг, которое, в основном, осуществляется посредством внедрения новейших технологий и результатов научно-исследовательских разработок, способствует экономической стабилизации, формированию национальной инновационной системы, а также повышению конкурентоспособности отечественных предприятий и организаций.

2. Бизнес-услуги – это набор невещественных видов экономической деятельности, основанные на знаниях и опыте, оказываемые предприятиям и организациям на основе активного взаимодействия поставщика и потребителя услуги, используемые как промежуточный ресурс для создания дополнительных ценностей (стоимости), которые в итоге влияют на качество и эффективность производственной деятельности не только клиента, но и на степень удовлетворенности конечных потребителей его продукций.

3. Исследование принципов и критерий классификации бизнес-услуг показало, что несмотря на уже имеющееся множество классификаций бизнес-услуг по различным критериям, процесс разработки классификации бизнес-услуг нельзя считать полностью завершенным. Исследование показывает, что до настоящего времени не разработана классификация бизнес-услуг по видам знаний, которые необходимо для оказания и пользования таких услуг. Исходя из этого, в работе нами была предложена новая классификация бизнес-услуг по

требуемым видам необходимого знания и опыта на четыре группы: - бизнес-услуги, требующие технического знания; -бизнес-услуги, требующие управленческого знания; -бизнес-услуги, требующие профессионального знания и бизнес-услуги, требующие интегрированного знания. К первой группе относятся услуги по обеспечению безопасности, программное обеспечение и компьютерные услуги, техническое обслуживание, инжиниринг. К второй группе относятся услуги в сфере управления недвижимостью, управленческий и стратегический консалтинг, маркетинговые услуги, рекламные услуги, услуги в сфере публичных отношений, и др. К третьей группе относятся услуги в сфере администрирования, бухгалтерского учета и аудита, временный набор рабочей силы; транслейтинга, налоговые и юридические консультации, подготовка кадров и др. К четвертой группе относятся сложные виды бизнес-услуг, которые требуют различных форм знаний таких как: услуги в сфере исследования и разработок, инжиниринговые услуги, стратегический консалтинг и др.

4. Изучение опыта передовых стран мира и некоторых стран СНГ в сфере развития сектора бизнес-услуг показало, что в настоящее время сектор бизнес-услуг превратился в основной драйвер экономического роста и создания инноваций в этих странах. Если в развитых странах есть все предпосылки для развития широкого спектра бизнес-услуг, то развивающиеся страны, такие как Таджикистан и другие страны СНГ имеют все возможности в сфере развития интеллектуальных или более знаниеемких видов бизнес-услуг, такие как консультационные, бухгалтерские, аудиторские и др. Так как роль этих видов услуг на первые этапы индустриализации страны являются существенными. Потом по мере роста капиталовложения в более сложные и инновационные бизнес-услуги, страны региона могут создать необходимые условия для перехода на их предоставление хоть в рамках национальной экономики с целью уменьшения объема импорта бизнес-услуг и урегулирование сальдо баланса услуг в структуре платежного баланса страны.

5. В работе представлена графическая связь совокупности основных факторов и сил, которые положительно влияют на формирование и развитие рынка бизнес-услуг в стране. Были выделены основные факторы, влияющие на формирование и развитие рынка бизнес-услуг такие как, факторы связанные с действие государство, факторы научно-технического прогресса, факторы, связанные с социальными нормами в обществе, экономические факторы, факторы, связанные с условиями рынка и факторы глобализации и интернационализации. Учет выделенных факторов при формировании и развитии рынка бизнес-услуг позволяет обеспечить более высокий темп согласования социально-экономической политики, социально-культурных ценностей на ориентир развития рынка бизнес-услуг в стране. Кроме того, проведение сравнительного анализа факторов формирования и развития рынка бизнес-услуг и их систематизация и конкретизация с помощью графического изображения, базирующаяся на состоянии рынка, действие государства, экономические условия и тенденции интернационализации, отражает состояние рынка бизнес-услуг и учет этих факторов также позволяет определить возникающие противоречия, тормозящие развитие сектора бизнес-услуг, и выявить пути их устранения. Успешное функционирование рынка бизнес-услуг в таких условиях возможно посредством увеличения положительных влияний данных факторов на его состояние и адаптация действий поставщиков бизнес-услуг на изменение его динамики.

6. Проведенное исследование показало, что фирмы, специализирующиеся в предоставлении бизнес-услуг как носители современных технологий и передовых знаний, играют важную роль в создании инноваций и формировании экономики знаний. На основе анализа инновационной природы сектора бизнес-услуг, выделены технические, управленческие и профессиональные знания, роль которых значительна в формировании экономики знаний. Результаты анализа сектора бизнес-услуг как отрасли производящих, распространяющих и потребляющих знаний, показали, что наукоемкие бизнес-услуги обеспечивают экономику страны такими активами, которые обеспечивают прочность

функционирования деятельности всех хозяйственных субъектов на различных этапах их развития. Проведенное исследование показало, что в отличие от других отраслей экономики страны данный сектор тратит относительно больше финансовых средств на инновации, в форме инвестирования в сферу ноу-хау, в сферы формирования человеческого капитала, обучение персонала, развития технологии, сертификации услуг, разработки программного обеспечения, проектирования и т.д.

7. Исследование методологических аспектов оценки качества бизнес-услуг в условиях рынка показало, что в большинстве существующих методик оценки качества бизнес-услуг уделяется мало внимания наличию элементов инновации в этапе планирования сделки, в процессе предоставления бизнес-услуг и после завершения сделки купли продажи услуг. Хотя этот критерий учитывается при оценке качества результата. С учетом знаниеемкости многих видов услуг, мы считаем важным включение данного параметра оценки качества бизнес-услуг во все этапы реализации операции по купле продаже услуг. Поскольку бизнес-услуги являются не только накопителем знания и инноваций, но и также создателем, и распространителем знаний. Наличие элементов инновации в компонентах бизнес-услуг широко используются предприятиями данной сферы для формирования конкурентного преимущества. Исходя из выше изложенного, для измерения качества бизнес-услуг с учетом наличия элементов инноваций, в работе предлагается методика оценки качества бизнес-услуг на основе определения доли инноваций в соответствующих элементах качества бизнес-услуг, таких как потенциальное качество бизнес-услуг, качество процесса предоставления бизнес-услуг, качество результата предоставления бизнес-услуг, и качество отношения во всех этапах предоставления бизнес-услуг. Предложенная методика позволяет более глубоко оценить качество бизнес-услуг с учетом наличия элементов знания и инновации во всех этапах предоставления услуг. Поскольку долгосрочные деловые отношения между организациями и предприятиями строятся на многих этапах, включающий различные последовательности оценки, наличие элементов

инновации во всех этих этапах позволяет определить знаниеемкий характер бизнес-услуг. Согласно данной методике в зависимости от видов бизнес-услуг, показатели, определяющие наличие элементов знания и инновации в общих компонентах бизнес-услуг будут создаваться индивидуально на разных этапах предоставления бизнес-услуг, в зависимости от требований различных групп потребителей данных услуг, поскольку желаемый результат для определенной услуги зависит, не только от доли инноваций и знания в результате предоставления услуг, но и от этапов его планирования и предоставления.

8. В работе сделан вывод о том, что традиционное понимание производительности не подходит для сектора бизнес-услуг из-за не отделимости вопросов количества и качества в данном секторе. Доказано, что производительность в сфере бизнес-услуг часто проявляется в творческом подходе, личном мастерстве работников и т.д. Среди различных факторов повышения производительности особое место занимает фактор инновации, который является стратегически важной характеристикой для знаниеемких видов бизнес-услуг. Инновационность во многом определяет, насколько продуктивно будут работать поставщики бизнес-услуг и успешно выполнять свои функции, чтобы помочь субъектам бизнеса развивать свою деятельность и повышать свою конкурентоспособность. Знаниеемкие бизнес-услуги, по сравнению с другими видами услуг отличаются своей инновационной характеристикой, поскольку они должны предлагать клиентам уникальные решения своих проблем. Тем не менее, проведенный анализ научной литературы показал, что инновационное свойство знаниеёмких бизнес-услуг было проанализировано гораздо меньше, чем инновации.

9. На основе теоретических исследований взаимосвязи бизнес-услуги, производительности услуг и инновации, в работе предложена интегрированная модель оценки производительности бизнес-услуг с учетом драйверов инноваций и особенностей входных и выходных параметров для бизнес-услуг. В рамках представленной модели выделены три тесно взаимосвязанных компонента: вход-выход, процесс обслуживания, драйверы инновации и

производительность в целом, а также выявлены факторы, влияющие на инновационность. Преимущество представленной модели заключается в том, что в нем учтены не только инновационное свойство поставщика бизнес-услуг, но и инновационное свойство предприятий и организаций клиентов. Входными данными для предоставления бизнес-услуг в разработанной модели являются знание, труд, капитал, средства обслуживания и т.д. В ходе трансформации этих ресурсов, поставщики бизнес-услуг и потребители формулируют систему взаимоотношений и разделяют свои полномочия при предоставлении услуг. Выходные данные определяют производительность сектора бизнес-услуг.

10. Несмотря на создание определенной нормативно-правовой среды в сфере регулирования сектора бизнес-услуг, имеется еще много нерешенных вопросов в данной сфере. Большинство существующих нормативно-правовых актов имеет общий характер и в них не выделены специфические особенности сектора бизнес-услуг.

11. Исследование институциональных основ формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан показало, что для достижения дальнейшего ускорения процесса развития бизнес-услуг, необходимо принять дополнительные нормативно-правовые акты, регулирующие экономические отношения в сфере бизнес-услуг: - необходимо соответствовать действующего законодательства практике передовых государств, достигшие определенного успеха в развитии сектора бизнес-услуг и принять меры по повышению использования бизнес-услуг в хозяйственной деятельности всех предприятий и организаций; - определить порядок взаимодействия предприятий и организаций в процессе предоставления и потребления бизнес-услуги, на основе формирования доверительной атмосферы по сохранению коммерческой тайны клиентов и прозрачности ценообразования бизнес-услуг; - совершенствование законодательной базы в сфере регулирования рынка бизнес-услуг, разработки новых нормативно-правовых актов, охватывающие более широкий спектр бизнес-услуг в стране и др.

12. Для формирования благоприятной институциональной среды развития рынка бизнес-услуг, в работе считается необходимым разработать механизм государственной поддержки знаниеемких секторов бизнес-услуг, а также разработка мер по развитию интеграционных связей предприятий сферы промышленности и сельского хозяйства, и научно-исследовательских институтов с предприятиями и организациями, специализирующиеся в предоставлении бизнес-услуг. В этом аспекте особенно важно стимулирование спроса на бизнес-услуги со стороны отечественных фирм, с учетом их объяснения роли и значения таких услуг в устойчивом развитии этих предприятий.

13. Для определения уровня спроса на бизнес-услуги как основа развития данного рынка в работе исследована динамика изменения количества зарегистрированных предприятий и организаций в стране. Наряду с этим с целью оценки перспективных направлений формирования спроса на бизнес-услуги, нами был проведен опрос среди 60 предприятий и организаций, в том числе 18 промышленных предприятий, 7 сельскохозяйственных, 8 предприятий сферы гостиничной индустрии, 15 строительных, 4 телекоммуникационных предприятий и 8 предприятий финансового сектора. Критерии выбора предприятий основывались на наличие их опыта и репутации на рынке, расширенной производственной, а также развитой внешнеэкономической деятельности. Исследование показало, что значительный спрос на бизнес-услуги в Республике Таджикистан проявляется со стороны промышленных, строительных предприятий и предприятий в сфере гостеприимства. По мере развития сферы туризма в Республике Таджикистан в стране актуализируется создание новых гостиничных комплексов, ресторанов и хостелов на основе мировых стандартов, что невозможно без привлечения соответствующих поставщиков бизнес-услуг. Так как более высокая интенсивность использования бизнес-услуг не только улучшит экономические показатели деятельности других предприятий, но и всей отрасли в целом. В региональном аспекте спрос на бизнес-услуги в основном проявляются в больших

промышленных городах, где наиболее развит бизнес и в регионах, которые богаты определёнными природными ресурсами для проведения геологоразведочных работ, оценки масштаба и добывание и переработка недр, в которых требуется бизнес-услуги. Если в крупных городах более востребованы такие виды бизнес-услуг, как аудит, маркетинговые, логистические услуги, услуги в сфере информационных технологий, то в регионах с богатыми недрами и природными ресурсами более востребованы бизнес-услуги в сфере проектирования, проведения геологоразведочных работ, проведения технико-экономической оценки проекта и др.

14. Исследование показало, что между спросом на бизнес-услуги и темпом производительности имеется прямая связь. Чем больше предприятия и организации тратят на бизнес-услуги, тем выше производительность труда и капитала в предприятиях и организациях. Более интенсивное использование бизнес-услуг способствует улучшению производительности всех факторов производства в предприятиях. Исследование показало, что в предприятиях и организациях, которые часто используют бизнес-услуги, темп производительности труда выше, чем предприятия и организации, которые полагаются на собственные силы при появлении потребностей на необходимые бизнес-услуги. Самыми интенсивными пользователями бизнес-услуг в Республике Таджикистан являются гостиничные комплексы, действующие под иностранным брендом, совместные предприятия и предприятия, деятельность которых направлен на экспорт.

15. Исследование динамики спроса в разрезе предприятий и отрасли показывает, что для предприятий сектора строительства и промышленности ежегодно в зависимости от роста объема производства и оказанных услуг, растет и спрос на услуги по выполнению подрядных работ, логистических и бухгалтерских услуг и т.д. Наоборот, для предприятий банковского сектора, по мере роста оказанных банковских услуг, спрос на бизнес-услуги падает. Это связано с тем, что по мере роста доходов этих компаний их расходы на содержание внутренних кадров растет или внутренний персонал этих

предприятий ежегодно приобретает новые знания и навыки, которые позволяют в дальнейшем выполнять собственными силами работы и услуги, ранее приобретаемые у сторонних организаций. Для предприятий гостиничного сектора спрос на бизнес-услуги почти не изменится. Так как они, ежегодно привлекая международных клиентов, используют международные системы бронирования, расход на которых составляет определенную долю от объема оказанных гостиничных услуг. Для определенных предприятий и организаций характерно также наличие неудовлетворенного спроса. Это связано в основном с тремя факторами. Во-первых, для привлечения внешних поставщиков бизнес-услуг не хватает финансовых ресурсов этих предприятий. Во-вторых, внутренние специалисты не имеют опыта в предоставлении таких услуг, и в-третьих это связано с отсутствием информации о реальном поставщике бизнес-услуг на рынке или недостаточном развитии определенных отраслей сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан. На развитие формирования спроса на внутреннем рынке особенно влияет структура промышленности страны. Чем больше страна специализируется в производстве сложных промышленных продуктов, тем выше спрос на бизнес-услуги.

16. Одну из причин неразвитости рынка бизнес-услуг можно связывать с отсутствием развитой системы взаимодействия предприятий и организаций в Республике Таджикистан. Развитие такого взаимодействия может создавать новые возможности для развития рынка бизнес-услуг, повысить производительность предприятий и усилить позиции отечественных фирм на рынке.

17. Анализ тенденции развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан показал, что в последние годы спрос отечественных товаропроизводителей на бизнес-услуги, в основном удовлетворяется за счет импорта. К важнейшим видам бизнес-услуг, которые импортируются в страну относятся консультационные услуги, услуги по финансовому посредничеству, услуги по проведению финансовых ревизий, услуги в области инженерной

технологии, услуги по управлению воздушных судов и аренда транспортных средств для нужд бизнеса.

18. Анализ динамики развития рынка бизнес-услуг показал, что в Таджикистане есть необходимые предпосылки для формирования устойчивого функционирующего рынка бизнес-услуг. Это, прежде всего, связано с повышением объема спроса, а также и предложения на бизнес-услуги. Дальнейший рост сектора бизнес-услуг способствует развитию инновационной среды страны, роста индустриализации и развитие других отраслей экономики страны.

19. В работе для обеспечения более высокого темпа развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан предлагается принятие следующих важнейших мер: - развитие производственных и иных отношений предприятий и организаций специализирующиеся в предоставлении бизнес-услуг предприятиям производственного сектора; - стимулирование темпов экономического роста, которое гарантирует динамичность рынка бизнес-услуг; - улучшение инфраструктуры предоставления бизнес-услуг; -улучшение инновационной среды функционирования предприятий сектора бизнес-услуг и др.

20. В Республике Таджикистан наблюдается тенденция роста объема оказанных аудиторско-консалтинговых услуг, возникают новые виды консультационных услуг, расширяются новые организационно-правовые формы консультирования, растет количество потребителей консалтинговых услуг. Для дальнейшего развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг считается необходимым принимать следующие меры: дальнейшее укрепление доверия руководителей предприятий и организаций к советам аудиторов-консультантов; расширение номенклатуры предлагаемых услуг для достижения конкурентного преимущества и роста объема оказываемых услуг; повышение качества предоставляемых услуг с учетом особого управленческого подхода; повышение квалификации личного персонала в зависимости от происхождения любого изменения на рынке, чтобы дать четкую оценку сложившейся ситуации

и предлагать наиболее подходящее решение проблем клиента; перечень оказываемых аудиторско-консалтинговых услуг должно соответствовать специфической деятельности каждого клиента и позволяющие им поднять предприятия на более высокий уровень деятельности; совершенствовать систему государственного регулирования аудиторско-консалтинговой деятельности, посредством выработки государственной политики в сфере аудиторско-консалтинговой деятельности, разработки новых нормативно-правовых актов регулирования аудиторско-консалтинговой деятельности, информационной базы деятельности таких предприятий; соблюдение общих принципов деятельности, такие как открытость и честность в отношениях с клиентом, индивидуальный подход к каждому заказчику и проекту; соблюдение всех норм деловой профессиональной этики аудиторов и бухгалтеров.

21. Для совершенствования структуры рынка бизнес-услуг и его адаптации на предусмотренных условиях развития экономики Таджикистана, в работе определены стратегические ориентиры его развития. Определяемые стратегические ориентиры или направления развития рынка бизнес-услуг основываются на разработанных стратегиях развития отдельных отраслей экономики и сферы услуг. В работе предложены следующие стратегические направления формирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан: - повышение роли и значения сектора бизнес-услуг в модернизации и повышении конкурентоспособности промышленных предприятий; - формирование высокой культуры обслуживания клиентов; - улучшение дистанционной инфраструктуры оказания бизнес-услуг; - повышение интереса и осведомленности правительственных органов в развитии сектора; - формирование информационной инфраструктуры и инновационной платформы оказания бизнес-услуг; - ускорение процесса подготовки и переквалификации специалистов в сфере оказания бизнес-услуг; - повышение международной конкурентоспособности наукоемких видов бизнес-услуг; - стимулирование спроса на знаниеемкие бизнес-услуги; - содействие

развитию кластера в сфере знаниеемких бизнес-услуг; - осуществление финансовой поддержки важнейших отраслей бизнес-услуг; - формирование благоприятной системы регулирования сектора бизнес-услуг; - создание льготной системы кредитования рынка субъектов бизнес-услуг; - расширение интернационализации деятельности поставщиков бизнес-услуг; - формирование и развитие отраслевых кластеров в сфере оказания бизнес-услуг. Достижение приведенных направлений развития сектора бизнес-услуг способствует обеспечению ускоренного развития многих подсекторов бизнес-услуг и расширению потенциала предприятий отрасли, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

22. В связи с доминированием импорта над экспортом бизнес-услуг, целесообразно расширить потенциал высокотехнологичных бизнес-услуг в стране, пользующихся повышенным спросом со стороны промышленных предприятий страны в этапе реализации четвертой стратегической цели страны по ускоренной индустриализации. Поэтапное развитие секторов услуг в Республике Таджикистан требует создания оптимальных условий для постепенного перехода от трудоемких видов бизнес-услуг к знаниеемким.

23. Важнейшим аспектом обеспечения развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан является прогнозирование тенденций изменения динамики основных показателей развития отрасли и определение различных сценариев его развития с учетом реализации важнейших государственных программ и стратегии. В работе предложены три сценарии развития рынка бизнес-услуг: Сценарий А: «инерционное развитие» - устойчивое развитие сектора бизнес-услуг подразумевает продолжающийся быстрый рост сектора бизнес-услуг и повышение его значения для развития других секторов экономики. Сценарий Б: «пессимистическое развитие», предусматривающий низкий темп роста бизнес-услуг из-за роста оффшоринга бизнес-услуг и оказания бизнес-услуг собственными силами самих предприятий клиентов. Также существует вероятность снижения спроса на бизнес-услуги из-за развития технологий и «автоматизации функций некоторых видов бизнес-

услуг». Сценарий В: «интегрированное развитие» бизнес-услуги, который предусматривает интеграцию различных узкоспециализирующихся и многопрофильных фирм в сфере оказания бизнес-услуг посредством развития разделения труда и производственной специализации в процессе оказания бизнес-услуг. Независимо от того, что предлагаемые сценарии развития сектора бизнес-услуг предусматривают совершенно разные пути развития отрасли в перспективе, политика в отрасли будет ориентирована на определенном сценарии, но в любом случае возможно и наступление такого варианта развития сектора бизнес-услуг, которые включают различные элементы всех рассматриваемых сценариев. Единственная проблема в таком случае заключается в том, как совмещаются элементы различных сценариев, и как тренды развития сектора бизнес-услуг приобретают новое направление.

24. Дальнейшее развитие рынка бизнес-услуг должно осуществляться на основе сценария «интегрированного развития». Для увеличения эффекта использования данного сценария в стране должна осуществляться разработка и принятие «Концепции развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан на 2022 - 2030 годы».

25. Обобщая результаты трех сценариев развития рынка бизнес-услуг, в работе, автором излагаются научно-методические рекомендации по разработке мер для дальнейшего развития бизнес-услуг в разных рассматриваемых сценариях: 1. Меры по увеличению высококвалифицированной рабочей силы и повышению мобильности труда: - необходимо уделять значительное внимание развитию навыков трудовых ресурсов в области высоких технологий, совершенствованию учебных программ в подготовке кадров для нужд промышленности и сферы услуг; - развитие мобильности трудовых ресурсов между компаниями, оказывающие бизнес-услуги; - стимулирование использования сетей связи для виртуальной миграции рабочей силы между поставщиками бизнес-услуг. 2. Меры по расширению доступа менее обеспеченных организаций и регионов к бизнес-услугам: - стимулирование роста коллективного спроса со стороны МСП на приобретение бизнес-услуг; -

государственное поощрение поставщиков бизнес-услуг при обслуживании клиентов из периферийных регионов. 3. Меры по либерализации торговли услугами и поощрению признания отечественных стандартов за рубежом или признание эквивалентности квалификации работников бизнес-услуг: - устранение торговых барьеров в торговле; - предотвращение оффшоринга деятельности поставщиков бизнес-услуг. 4. Меры по поддержке клиентов бизнес-услуг: - повышение осведомленности клиентов бизнес-услуг о его качестве; - лучшее использование возможностей информационных технологий для поддержки клиентов; - поддержка формирования инфраструктуры знаний для клиентов бизнес-услуг.

26. В работе предложен организационно-экономический механизм взаимодействия основных субъектов рынка бизнес-услуг. Реализация данного механизма в практике способствует развитию специализации среди участников рынка бизнес-услуг, позволяющие им получать эффект эмерджентности от взаимодействия сторон с учетом обеспечения их конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. Предложен подход взаимодействия субъектов данного рынка, такие как государство, предприятия бизнес-услуг, трудовые ресурсы и потребители при оказании бизнес-услуг. Доказано, что развитие хорошей системы взаимоотношений между предприятиями сектора бизнес-услуг и производственными секторами экономики, влияет на производительность труда как самого сектора бизнес-услуг, так и производственного сектора экономики. На основе проведенного анализа предлагается ряд научно-практических рекомендаций по повышению стратегической позиции наукоемких бизнес-услуг в развитии отраслей материального производства и повышение их инновационной активности, созданию инновационных центров поддержки сектора бизнес-услуг и совершенствованию государственной политики в области инновационной деятельности, созданию и усовершенствованию системы кредитования, разработке совершенной финансовой политики для развития отрасли. Определены направления повышения влияния сектора бизнес-услуг на

международную конкурентоспособность промышленности и сельского хозяйства.

Предложены практические рекомендации по совершенствованию организационно-экономического механизма функционирования и развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан с учетом определения стратегической позиции развития наукоемких бизнес-услуг, повышения инновационной активности и способностей наукоемких бизнес-услуг, создания инновационных центров поддержки сектора бизнес-услуг и совершенствования государственной политики в области инновационной деятельности предприятий, а также подготовка кадров в сфере знаниеемких бизнес-услуг. При разработке долгосрочных программ развития промышленности и гидроэнергетики следует уточнить роль и значение бизнес-услуг в реализации таких программ. Принятие мер по активизации исследования и разработок, совершенствованию нормативно-правовых актов для защиты прав интеллектуальной собственности и управления, поощрению инновационной способности высших учебных заведений, созданию механизмов взаимодействия и координации всех субъектов рынка бизнес-услуг, ставит основу для формирования дополнительных конкурентных преимуществ сферы бизнес-услуг в стране. Укрепление инноваций и применение информационных технологий создает хорошую платформу информационных услуг для развития обрабатывающей промышленности. Это также позволяет расширить каналы для обмена производственными ресурсами между поставщиками бизнес-услуг и другими предприятиями и организациями страны. Увеличение инвестиций в отрасли науки и технологий имеют жизненно важное значение для развития рынка бизнес-услуг. Создание и усовершенствование системы кредитования, разработка совершенной финансовой политики для развития отрасли способствуют формированию эффективной конкуренции на рынке, развитию производственного сектора экономики и содействуют формированию диверсифицированной и устойчивой экономики Таджикистана, базирующаяся на отраслях промышленности и сферы услуг с высокой добавленной стоимостью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аалдерс Р. М. Аутсорсинг: практическое руководство (пер. с англ.) / Р.М. Аалдерс. – М.: Альпина, 2004. –С. 300с.
2. Аминов И. Товарно-торговый бизнес в сфере продовольственного рынка в условиях перехода на индустриально-аграрный путь развития страны / И.Аминов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2013. - №2/4(114). - С. 3-9.
3. Аминов И., Набиев У.Л. Об отличительных особенностях и вкладе малого предпринимательства в обеспечение роста и развития экономики Республики Таджикистан // Экономика Таджикистана. –Душанбе. 2020. № 2. – С. 92-98.
4. Аминов С.Н. Сфера услуг как объект исследования: содержание и виды услуг / С.Н.Аминов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал) Серия: Экономика. – Душанбе: Сино, 2016. - №2/4(204). – С.64-68.
5. Бабаджанов Р.М. Сущность инновационного потенциала Республики Таджикистан и его структура / Р.М.Бабаджанов, Ф.Д.Атаханова // Экономика Таджикистана. - Душанбе: 2020. - №1. – С.51-58.
6. Беспалова А.Г. Дефиниция понятий «деловые» и «интеллектуальные» услуги как маркетинговый феномен в консалтинговом бизнесе / А.Г.Беспалова // Научный вестник. – Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2016. - № 1(7). - С.22-30.
7. Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг / В.Белобжецкий // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – М.: Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, 2012. – №1. –С. 374-379
8. Белов В.Б. Цифровая трансформация европейской промышленности // Европа между трех океанов : монография / Ал.А. Громько, В.В. Журкин, В.П. Федоров и др. ; под общ. ред. Ал.А. Громько и В.П. Федорова. — М.: ИЕ РАН: Нестор-История, 2019. — С. 363-378;
9. Белый Е.М. Основные подходы к оценке качества консалтинговых услуг/ Е.М.Белый, Д.И. Романов // Современные проблемы науки и образования. - Пенза: Издательский Дом "Академия Естествознания", 2013. - №1. - С.261–269.
10. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование / И. К.Беляевский - М.: 2004. –414 с.
11. Березин И. Качественные и количественные изменения на рынке интеллектуальных услуг в России 2005 – 2013 гг. // Под науч. редакцией: И. С. Березин // Маркетинг в России, 2015. – С. 85-128.
12. Березин И. Модернизация без интеллекта / И.Березин, А.Милехин // Эксперт. – Минск: 2011. - №43 (776). – С.35–36.
13. Бирюкова О.В. Барьеры на пути единого рынка услуг ЕС / О.В. Бирюкова // Вестник МГИМО университета. – М.: МГИМО, 2015. - № 2 (41). - С. 265-274.

14. Большова Н.Н. Торговля услугами и перспективы общего рынка услуг в ЕАЭС / Н.Н.Большова // Международная аналитика.– М.: МГИМО, 2018. - № 3 (25). – С. 72-81.
15. Большой экономический словарь. Под ред. А. Борисов 3-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Книжный мир, 2010. – 860с.
16. Владимирова О.Н. Инновационность как фактор роста экономики сектора услуг: измерение и влияние территориального аспекта / О.Н.Владимирова, М.В.Малаховская, А.Т.Петрова, М.К.Хусаинов // монография. – Москва: Издательство "Креативная экономика", 2018. - 212 с.
17. Гаджиева А. Г. Цифровизация и занятость: роль отраслей сектора услуг / Гаджиева А. Г. // Инновации Санкт-Петербурга. - СПб.: ГЭТУ «ЛЭТИ», 2018. - № 2 (232), С.61-70.
18. Газизода С. Факторы влияющие на оказание услуг водоснабжения населению в условиях рынка / С.Газизода // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2019. - №5 Ч.2. – С. 26-31.
19. Говорова Н.В. Экономика знаний: европейские реалии и перспективы / Н.В.Говорова // Современная Европа.- М.: 2006.-№4.–С.110-119.
20. Голобородько А.А. Условия и механизмы ускоренного развития сферы услуг в Республике Беларусь / А.А.Голобородько, И.В.Худякова // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – Минск: 2012. - №10. - С. 37– 44.
21. Голобородько А.А. Условия и механизмы ускоренного развития сферы услуг в Республике Беларусь / А.А. Голобородько, И.В. Худякова // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – Минск: 2012. - №10. - С. 37– 44.
22. Государственная программа содействия экспорту и импортозамещению в Республике Таджикистан на 2016-2020 годы // Постановление Правительства Республики Таджикистан от 26 ноября 2016 года. – № 503. –43С.
23. Давлатов С.М. Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии бизнеса в сфере услуг Республике Таджикистан / С.М.Давлатов // Вестник Таджикского национального университета, (Научный журнал) серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2015. - №2/9(190). –С.277-280.
24. Демидов Л.С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике / Л.С.Демидов // Мировая экономика и международные отношения. – М.: ФГБУ Российская академия наук, 1999. –№2. – С. 25-26.
25. Демидова Л.С. Услуги в современной экономике / Отв. ред. – Л.С. Демидова, В.Б. Кондратьев. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. –342с.
26. Дергунова М. И. «Зеленый» маркетинг и его особенности / М. И. Дергунова, М.С. Говорова, А.В. Мельникова, В.Л. Мельникова. // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 72-74.
27. Джумъев Б.М. Актуальные проблемы развития торговли услугами в условиях вступления Республики Таджикистан во Всемирную торговую

организацию / Б.М.Джумъев // Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2012. – 116 с.

28. Джумъев Б.М. Вариантно-сценарные условия развития рынка бизнес-услуг в Республике Таджикистан / Б.М. Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, 2020. - №10. Часть I. – С. 220-227. - 0,81 п.л.

29. Джумъев Б.М. Государственный сектор сферы услуг: причины низкой эффективности и направление государственной поддержки / Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского национального университета, Серия социально-экономических и общественных наук. – Душанбе, 2019. - № 3/1. - С.103-108.

30. Джумъев Б.М. Зарубежный опыт формирования и развития рынка бизнес услуг / Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – Душанбе, 2019. - № 8. - С.147-154.

31. Джумъев Б.М. Инновационная среда сектора бизнес услуг и ее роль в формировании экономики знаний// Индустриально-инновационное развитие экономики Республики Таджикистан: состояние, проблемы и перспективы/ Материалы международной научно-практической конференции / Филиал национального исследовательского технологического университета «МИСиС» в г. Душанбе; под общ. ред. Г. Джурабаева. – Душанбе: Ирфон, 2020. – С.115-125

32. Джумъев Б.М. Международные аспекты развития телекоммуникаций в Республике Таджикистан: проблемы и перспективы / Б.М.Джумъев, Г.Джурабаев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе: Сино, 2015. - № 2/9 (190). - С.249-253.

33. Джумъев Б.М. Методологические аспекты оценки качества бизнес-услуг в условиях рынка / Б.М.Джумъев // Аудит и финансовый анализ. – Москва: «ДСМ-ПРЕСС», 2020. - № 2. - С.116-123.

34. Джумъев Б.М. Методологические подходы к повышению производительности и эффективности бизнес услуг в условиях рыночной экономики / Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, 2019. - № 10/1. – С.222–228.

35. Джумъев Б.М. Мировой рынок бизнес-услуг: модели, закономерности и принципы развития в условиях глобализации/Б.М. Джумъев//Современные тенденции денежно-кредитных отношений и их влияние на экономическое развитие /Материалы республиканской научно-практической конференции. - Душанбе, РТСУ, 2020. - С. 222-229. - 0,5 п.л.

36. Джумъев Б.М. Подходы к совершенствованию механизма оказания бизнес услуг в условиях инновационной трансформации экономической системы / Б.М.Джумъев // Вестник Российско – таджикского славянского университета. – Душанбе, 2020. -№ 3(71). – С.167-177.

37. Джумъев Б.М. Приоритетные направления формирования и развития

рынка бизнес услуг в Республике Таджикистан / Б.М.Джумъев // Экономика Таджикистана. – Душанбе, 2020. - № 4(2). - С.21-29.

38. Джумъев Б.М. Проблемы формирования цепочки долгов и управление финансовым состоянием предприятий сферы услуг в Республике Таджикистан / Б.М.Джумъев, Т.Х.Каримова // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе: Сино, 2017. - №2. - С.70-74.

39. Джумъев Б.М. Развитие системы антикризисного управления предприятиями сферы услуг: направления, методы и модели / Б.М.Джумъев, Т.Х.Каримова // Монография. - Душанбе: «Ирфон», 2018.- 138с.

40. Джумъев Б.М. Роль и значение бизнес услуг в формировании экономики знаний / Б.М.Джумъев // Таджикистан и современный мир. – Душанбе, 2019. - № 6. - С. 64-73.

41. Джумъев Б.М. Роль и значение бизнес-услуг в развитии экономики Республики Таджикистан/Б.М. Джумъев//Финансово-кредитные механизмы регулирования и развития экономики стран СНГ/Материалы международной научно-практической конференции. –Душанбе: РТСУ, 2019. - С.91-98. - 0,5 п.л.

42. Джумъев Б.М. Рынок аудиторско-консалтинговых услуг в Таджикистане: анализ состояния и перспективы развития / Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – Душанбе, 2020. - № 9. – С. 90-97.

43. Джумъев Б.М. Рынок телекоммуникационных услуг: состояние, проблемы и перспективы развития / Б.М.Джумъев, А.А.Исмоилов // Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2012. –102 с.

44. Джумъев Б.М. Современное состояние и тенденции развития рынка бизнес услуг в Республике Таджикистан / Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе, 2019. - № 5/2. - С.31-36.

45. Джумъев Б.М. Социально-инфраструктурное обеспечение сбалансированного развития регионов Республики Таджикистан / Б.М.Джумъев, Д.А. Ходиев, А.Х. Файяз // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе: «Сино», 2014. - № 2/10 (152). - С.55-62.

46. Джумъев Б.М. Стратегические направления интернационализации рынка образовательных услуг в Республике Таджикистан / Б.М. Джумъев, Д.Ш. Комилова // Аудит и финансовый анализ. – Москва: «ДСМ-ПРЕСС», 2017. - № 1. - С. 430-432.

47. Джумъев Б.М. Стратегические направления развития государственного сектора сферы услуг в Республике Таджикистан / Б.М. Джумъев, М.К. Имомов // Экономика Таджикистана. - Душанбе, 2020. - №2. – С. 108-115.

48. Джумъев Б.М. Таджикистан и Всемирная торговая организация: вопросы секторальной адаптации и пути нейтрализация возможных угроз / Б.М.Джумъев, Ф.А.Джабборов, Т.Х.Каримова // Монография. – Душанбе:

Ирфон, 2016.-128 с.

49. Джумъев Б.М. Таджикистан: сектор услуг и условия вступления в ВТО / Б.М. Джумъев // Известия академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук. – Душанбе: «Дониш», 2009. - №4. - С.206-213.

50. Джумъев Б.М. Тенденции торговли услугами в контексте вступления Республики Таджикистан в ВТО / Б.М. Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе: Сино. - Душанбе: Сино, 2009. - №5 (53). -С.178-186.

51. Джумъев Б.М. Теоретические основы определения и классификации «бизнес-услуг» в современной экономике / Б.М. Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе: «Сино», 2017. - № 2/1. – С. 154-158.

52. Джумъев Б.М. Условия и факторы формирования и развития рынка бизнес услуг в условиях рынка / Б.М. Джумъев // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, 2020. - № 5. - С.199-205.

53. Джурабаев Г.Дж. Некоторые аспекты внедрения информационных технологий как этап перехода промышленности на цифровую экономику / Г.Дж.Джурабаев, Ф.А.Каюмова, Ф.Ахмедов // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2019. - №1. – С.131-137.

54. Джурабаев Г.Дж. Проблемы моделирования стратегии развития экономики Республики Таджикистан / Г.Дж.Джурабаев // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2020. - №2. – С.20-27.

55. Джураева А. Механизм региональной поддержки инновационных услуг в предпринимательской деятельности (на примере Республики Таджикистан) / А.Джураева, З.А.Джуразода // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2019. - №2. - С.205–201.

56. Джураева С.С. Современное состояние и развитие инфраструктуры жилищно-коммунального хозяйства в Республике Таджикистан / С.С.Джураева, Х.А.Абдукодилов // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2020. - №1(69) – С. 144-156.

57. Джуразода З.А. Этапы становления и развития инфраструктуры поддержки предпринимательства в Республике Таджикистан / З.А.Джуразода, М.М.Маджонова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2019. - №5 Ч.2. – С.74-81.

58. Директива ЕС 2006/123/ ЕС Европейского Парламента и Совета от 12 декабря 2006 года по услугам на внутреннем рынке // Московская Государственная Юридическая Академия. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/svob_peredv/directive_services_2006-123.htm. – (Дата обращения -: 24.06.2019 г.).

59. Доклад о мировых инвестициях 2015 год: Реформирование управления международными инвестициями / Конференция организации объединенных наций по торговле и развитию .ЮНКТАД. – Нью-Йорк: 2015. –78с.

60. Долгий В. И. К вопросу о характеристике наукоемких отраслей и технологий / В.И.Долгий, Л.С.Верещагина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – Саратов: 2014. - С.12-14.

61. Дорошенко М., Интеллектуальные деловые услуги: российский опыт / М. Дорошенко, Й. Майлс, Д. Виноградов // Форсайт. – М.: Высшая школа экономики, 2014.–т. 8. – № 4. –С.24–38.

62. Дубовкин, П.О. Особенности создания знания в рамках четвертичного сектора экономики / П. О. Дубовкин // Креатив. экономика. – М.: 2009. - № 11. - С. 55—59.

63. Евдокимова Е.С. Сценарный подход к оценке результатов деятельности строительной организации / Е.С.Евдокимова // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Специальность 08.00.05. – Иркутск: 2014. – 181с.

64. Ерохина Л.И. Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Ю.Р.Шнякина и др.; под ред. проф. Л. И. Ерохиной. – М.: Изд-во «Форум», 2010. – 444 с.

65. Ефросинин Ю. Аутсорсинг как практика корпоративного управления. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://storage.piter.com/upload/contents/978544611368/> (Дата обращения - 22.09.2019 г.)

66. Жукова К.И. Развитие сегмента деловых знаниеемких услуг в Республике Беларусь / К.И.Жукова // Вестник полоцкого государственного университета. Серия D. – Минск: 2015. - №6. – С.29-32.

67. Закон Республики Таджикистан «О государственной защите и поддержке предпринимательства» //Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан, 2014 год, № 7ч.2, ст.404; 2015 год,№3,ст.216;соли 2017, №5 ч1, ст.293.

68. Закон Республики Таджикистан «О финансовой аренде (лизинге)» // Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан 2003 г. (в редакции Закона РТ от 15.03.2016г.№1300, от 14.11.2016г.№1375, от 02.01.2019г.№1580).

69. Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности»// Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан, 2013 год, №7, ст. 521;2014 год, №7 ч.2,ст.411, 2018 год, №1, ст.33)

70. Звороно А.Ф Сущность и специфика современных аудиторских услуг / А.Ф Звороно. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalvest.ru/nv-articles/detail.php?ID=26175> (Дата обращения - 20.10.2020 г.)

71. Зименков Р. И. Аутсорсинг в практике американских корпораций / Р.И.Зименков // США и Канада: экономика, политика, культура. – М.: Российская академия наук. Том: 49, 2019. – №6. –54-80.

72. Зорин М. Логистика в составе клиентоориентированного сервиса деловых услуг / М.Зорин // «Логистика». – М.: Агентство Маркет Гайд, 2012. - №12. – С.53-55.

73. Зорина Т. Логистический рейтинг 2018: лидеры и аутсайдеры / Т.Зорина, Ю.Трухан // Наука и инновации. – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2019. - №2 (192). –С.51-55.

74. Иванов А.О. Механизмы повышения производительности труда в условиях современного научно-технологического развития / А.О.Иванов // Вестник университета. Государственный университет управления. – М.: 2020. - № 6. – С. 88-93.

75. Игнатъева А.В. Исследование систем управления. / А.В.Игнатъева, М.М.Максимов // – М.: Юнити, 2014. –320 с.

76. Интеллектуальные услуги в России / М. Е. Дорошенко (рук.) [и др.]; Гос. ун-т - Высш. шк. экономики - М.: Беловодье, 2010. - 112 с.

77. Информационное общество Республики Беларусь = Information society in the Republic of Belarus: сб. стат. / Нац. стат. ком. Республика Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский (пред.) [и др.]. – Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013. – 107 с.

78. Кадыров Д.Б. Государственное регулирование развития туристической отрасли в Республике Таджикистан / Д.Б.Кадыров, М.Саидмуродова // Вестник Таджикского Национального Университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2019. - №8. -С. 52-57.

79. Казанцева А.Н. Вопросы разработки и реализации государственной политики в сфере производства и обращения экологически чистой продукции / А.Н.Казанцева // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – СПб.: ГЭУ, 2018. – № 2 (36). – С.16-20.

80. Казахстан значительно сократил импорт и экспорт услуг. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/ekonomika/2020-11/kazakhstan-znachitelno-sokratil-import-i-eksport-uslug> (Дата обращения - 28.02.2020 г.)

81. Кашин В.К. Международный консалтинг / В.К.Кашин – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. – 82 с.

82. Киличева М.М. Влияние внешних факторов на рынок банковских услуг населению Таджикистана и усиление роли государственной поддержки / М.М.Киличева, Б.М.Шарипов // Экономика Таджикистана. - Душанбе: 2017. - №4. – С.119-125.

83. Ковалькова Ю. Развитие консалтинга на белорусском рынке услуг / Ю. Ковалькова // Маркетинг: идеи и технологии. – Минск: 2014. – № 3(63). – С.67–72.

84. Кодирзода Д.Б. Анализ и оценка экономических показателей Республики Таджикистан / Д.Б.Кодирзода // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 5 (68). – С.12-25.

85. Комилов С.Д. Особенности инвестиционно-инновационной деятельности национальной экономики / С.Д. Комилов, Ф.М. Гафаров // Проблемы современной экономики. – Душанбе, 2018. – № 2 (66). – С.212 – 215.

86. Комилов С.Дж. Вопросы повышения социально значимых услуг в сельской местности Таджикистана / С.Дж.Комилов, Р.Р.Ахмадов // Вестник Таджикского национального университета, (Научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2017. - №2/1. - С. 74-77.

87. Комилов С.Дж. Роль инновационных технологий в процессе производства продукции / С.Дж.Комилов, Б.К.Шарипов, Т.С.Саидова // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2020. - № 2 (70). - С. 196-206.

88. Комилов С.Дж. Условия использования опыта формирования благоприятного инвестиционного климата в Таджикистане / С.Дж.Комилов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). -Серия: экономика. -Душанбе: Типографии ТНУ, 2014.- №2/10 (152).- С. 272-279.

89. Комилов С.Дж., Тагаева С.А. Концепция цифровой экономики Республики Таджикистан (к проблеме цифрового развития) / С.Дж.Комилов, С.А.Тагаева // Вестник РТСУ. – Душанбе: 2020. - №1. – С.36-40.

90. Кореева Е. Б., Ростова Е.П. Методы социально-экономического прогнозирования / Е. Б.Кореева, Е.П.Ростова. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2011. – 60с.

91. Костин А.В., Азгальдов Г.Г. Квалиметрия – способ количественной оценки различных интеллектуальных продуктов / А.В.Костин, Г.Г.Азгальдов // Доклад на 18-й Методической конференции по созданию новых интеллектуальных и творческих продуктов (Москва, 21-23 июня 2012 г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.treko.ru/show_article_2325 (Дата обращения - 30.11.2018г.).

92. Котомина О.В. Межрегиональный обмен интеллектуальными деловыми услугами в России / О.В.Котомина // Известия РАН серия географическая. – М.: Российская академия наук, 2015. - № 5. - С. 27-37.

93. Котомина О.В. Препятствия развитию сектора интеллектуальных деловых услуг в России / О.В. Котомина // Менеджмент и бизнес-администрирование. – М.:2016. - № 3. - С. 135-144.

94. Крупкина А.С. Развитие интеллектуальных услуг в сфере финансового посредничества / А. С. Крупкина // Банк.дело. - М.: 2014. - № 12 (252). - С. 42-46.

95. Кудратов Р.Р. Зарубежный опыт проведения маркетинговых исследований регионального рынка потребительских товаров / Р.Р.Кудратов, И.З.Сарабекова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал) серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2014.- №2/10 (152). - С. 34-40.

96. Кузьмин А.И. Классификация интеллектуальных бизнес – единиц в экономике знаний // Материалы за IV Международная научная- практическая конференция, «Образование и наука на 21 от век», (17.10. – 25.10. 2008г.,

София). Том 3. Икономики. Державна администрация. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД – С. 15-17.

97. Кулапина Г.М. Особенности консалтинга как части деловых услуг / Г.М.Кулапина // Вестник Оренбургского государственного университета. Оренбург: «Оренбургский государственный университет», 2005. – № 9 (47). –С. 91-96.

98. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервис / под ред. А.Н. Азрилияна. СПб.: Питер, 2000-260с.

99. Курбонов А.Р. Проблемы и преимущества внедрения представительских услуг в современной экономике Республики Таджикистан / А.Р.Курбонов, И.Г.Самадов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук. №2/8 (218). –Душанбе: Сино, 2016. – С.33–35.

100. Курбонов А.Р. Современные тенденции развития системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в сфере услуг Республики Таджикистан / А.Р.Курбонов, З.С.Султонов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2015. - №2/9(190). – С. 78-83.

101. Кучина В. Методологические подходы к оценке производительности труда на микроуровне / В.Кучина, А.К.Ташев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». Челябинск: 2017. Т. 11, – № 2. - С. 42 – 47.

102. Лансков Д.П. Анализ качества услуг как необходимое условие повышения конкурентоспособности организаций сервиса / Д.П. Лансков // Экономические науки. – М.: ООО «Экономические науки», 2015. –№: 74 –С. 138-140.

103. Левитин С.А. Деловые услуги как инструмент инновационной деятельности в развитии бизнес-систем / С.А.Левитин, С.В. Ипатьева // Вестник Российской академии естественных наук. - Гатчина: 2014, - №18(2). –С. 35-36.

104. Лысенкова И. Перспективы развития логистики в Республике Беларусь / И. Лысенкова // Наука и инновации. – Минск: 2014. – № 9. – (139). – С. 7 – 11.

105. Майорова С.В. Партнерский подход к развитию предприятий сферы деловых услуг. Автореф. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. Тольятти: Поволжский государственный университет сервиса, 2011.-26с.

106. Малышев Д.С. IT-технологии и автоматизация как факторы повышения производительности труда на промышленных предприятиях / Д.С. Малышев // Цифровая трансформация промышленности: тенденции, управление, стратегии. Институт экономики Уральского отделения. – Екатеринбург: 2019. – С.340-347.

107. Мамедов О.Ю. Развитие сектора деловых услуг как инновационный императив динамики сферы обслуживания / О.Ю.Мамедов // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов-на-Дону: 2008. - Том 6 - № 3 Часть 3 – С.75-78.

108. Мартынова Е.В. Методы повышения конкурентоспособности молодых работников организаций сферы деловых услуг в Саратовской области / Е.В.Мартынова // Вопросы структуризации экономики. Материалы IV Международной НПК по СТО в Махачкале. – Махачкала: 2012. - №3. С.183-185.

109. Марусева И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) / И.В.Марусева, А.В.Кокарева. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 590 с.

110. Мирсаидов А.Б. Механизмы формирования и развития инновационных региональных промышленных систем в Республике Таджикистан / А.Б.Мирсаидов, О.К.Муртазоев // Монография.-Душанбе: «Шарки озод», 2020. –224с.

111. Мирсаидов А.Б. Роль инновационного инвестирования в индустриальном развитии регионов страны / А.Б.Мирсаидов, М.Тохирзода // Экономика Таджикистана. Душанбе: 2019. - №3. – С.175-187.

112. Мукаддасзода Ф.М. Государственно-частное партнерство как фактор развития рыночных услуг / Ф.М.Мукаддасзода // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2017. - № 1 (56). -С. 77-87.

113. Муртазоев О. Регионализация государственной инновационной политики в Республике Таджикистан / О.Муртазоев // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. -Душанбе: Типографии ТНУ, 2017. - №2/1.- С. 31-35.

114. Надеин Н.В. Специфика и особенности деловых услуг / Н.В.Надеин // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – Новосибирск: «Центр развития научного сотрудничества». – 2015. – № 21. – С. 223–226.

115. Надеин Н.В. Теоретический анализ моделей экономического поведения потребителей на современном рынке деловых услуг / Н.В.Надеин // Вестник Самарского государственного университета. Серия «Экономика и управление». – Самара: 2015. - № 9/1 (131). - С. 158–163.

116. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 г.// Утверждено Постановлением Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016 года, № 636. - Душанбе: «Контраст», 2016. –104с.

117. Низамова Т.Д. Некоторые теоретические и практические вопросы подготовки специалистов рыночной экономики в Республике Таджикистан / Т.Д.Низамова // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук – Душанбе: Сино, 2016. - №2/8 (218). – С.18-21

118. Низомов С.Ф. Интеграция банковского сектора Таджикистана к мировой финансовой системе в условиях членства в ВТО / С.Ф.Низомов, Б.М.Джумъев // Вестник Таджикского Национального университета, Научный журнал. Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2013. - №2/7 (123). -С. 27-31.

119. Низомов С.Ф. Теоретические положения управленческого контроля в системе управленческого учета / С.Ф.Низомов, Д.Уроков // Вестник Таджикского национального университета, (Научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2014. - №2/10 (152). - С.40-47.

120. Низомова Т.Д. Некоторые теоретические вопросы реструктуризации предприятий переходного периода / Т.Д.Низомова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2014. - №2/10 (152). -С.10-17.

121. Низомова Т.Д. Современное развитие сферы платных услуг РТ в условиях рыночной экономики / Т.Д.Низомова, Р.Г.Тагаева // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). - Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2019. - №8. - С.9-15.

122. Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг / В.Е. Николайчук // «Деловой сервис».– СПб.: Питер, 2002. –656с.

123. Нургазиева Л.А., Основные направления деятельности аудиторско-консалтинговых компаний / Л.А.Нургазиева. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://repository.almu.edu.kz>. (Дата обращения - 13.10.2020 г.)

124. Нуров П. Пути формирования национальной инновационной системы (из опыта Китая и Японии) / П.Нуров // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2018. - №1. - С.177-183.

125. Обидов Ф.С. Концептуальные основы исследования предпринимательства как фактор экономического роста / Ф.С.Обидов, К.К.Давлатов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2013. - №2/7 (123). - С.3-8.

126. Оганисян Н.А. Возникновение деловых услуг / Н.А.Оганисян // Гуманитарные и социальные науки. - Ростов-на-Дону: «Южный федеральный университет», 2012. - № 3. –С. 2-7.

127. Оймахмадов Г.Н. Проблемы организации и осуществления инновационной деятельности в условиях ограниченности финансовых ресурсов / Г.Н.Оймахмадов, Г.Расулов, Т.М.Расулов // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2018. - №4. - С.89-104.

128. Олевский Г. Знаниеемкое предпринимательство в экономике Европейского Союза / Г. Олевский // Мировая экономика и международные отношения. – Рига: 2014. – №6. – С. 43 – 52.

129. Паньшин Б. Интеллектуализация деловых услуг как основной фактор формирования «новой экономики» / Б.Паньшин // Наука и инновации. – Минск: 2014. - №8 (138). – С. 49-53.

130. Парамонов А.В. Аудит и консалтинг России 2017 / А.В.Парамонов // Учет и контроль. - М.: 2018. – № 4. - С. 3–15.

131. Пашигорева Г.И. Выбор методов управления процессами стратегического развития сферы услуг на потребительском рынке / Г.И.Пашигорева // Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России. – СПб.– С.32-39.

132. Песоцкая Е.В., Муравьев А.М. Рынок услуг управленческого консалтинга: структурная диагностика / Е.В. Песоцкая, А.М. Муравьев // Экономическое возрождение России. - Санкт-Петербург: 2006. - № 3. – С.56-63.

133. Пиризода Дж.С. Современное состояние и развитие микрофинансовых услуг в Республике Таджикистан / Пиризода Дж.С., Имомалиев Б.Б. // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 4. - (67) - С.263-276.

134. Поворина Е. В. Современные подходы к классификации услуг предприятиям и организациям / Поворина Е. В. // Научный журнал СЕРВИС PLUS. –М.: РГУТИС Том 8, 2014. -№ 2.– С.57-64.

135. Полутов В.И. Проблемы регионального рынка бизнес-услуг. / В.И.Полутов, Е.В.Шестакова. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.orenport.ru /images/ img/384/shestakova_1.pdf (Дата обращения - 20.04.2019 г.)

136. Пономарева С.В. Переход к экономике знаний в деятельности компаний сферы интеллектуальных бизнес-услуг / С.В.Пономарева // Вестник Университета. – М.: 2015. - № 2. - С.44-52.

137. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2-е изд. – 2008. – 1020с.

138. Послание Президента Республики Таджикистан, Лидера нации уважаемого Эмомали Рахмона Маджлиси Оли 26.12.2019 13:02, город Душанбе - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.president.tj/ru/node/21977> (Дата обращения – 13.01.2020 г.)

139. Постникова Е.В. Директива Европейского Парламента и Совета по услугам на внутреннем рынке / Е.В. Постникова // Право. Журнал высшей школы экономики. – М.: «Высшая школа экономики», 2012. – № 1. –С.102-117.

140. Предводителя М.Д. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе / М.Д.Предводителя, О.Н.Балаева // Менеджмент в России и за рубежом. – М.: 2005. - № 2. - С. 90-100.

141. Предводителя М.Д., Балаева О.Н. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе / М.Д.Предводителя, О.Н.Балаева // Менеджмент в России и за рубежом. – М.: 2005. - № 2. - С. 90–100.

142. Пушина Е.Г., Иваничкин И.Д., Загвоздкин А.В. Консалтинговый процесс в системе менеджмента современной организации. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vtk64.ru/wp-content/uploads/2015/03/Pushina_E.G._Ivanichkin_I.D._Zagvozdkin_A.V._Konsaltingovyiy_protssess_v_sisteme_menedzhmenta_sovremennoy_organizatsii.pdf (Дата обращения – 05.05.2017)

143. Раджабов Р.К., Джалилов У.Дж. Методологические основы развития рынка сельских пассажирских автотранспортных услуг / Р.К.Раджабов, У.Дж.Джалилов // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 5 (68). - С. 102-116.

144. Раджабов Р.К., Роль частного сектора в производственной сфере и пути повышения конкурентоспособности национальной экономики / Р.К.Раджабов, М.М.Шарипов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия социально-экономических и общественных наук. – Душанбе: Сино, 2016. - №2/8 (218). – С. 12. - С.11-17.
145. Рауфи А. Инновационное развитие транспорта Таджикистана / А.Рауфи // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2020. - №2. - С.69-78.
146. Рауфи А. Инновационное развитие транспортных услуг в Таджикистане / А.Рауфи // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 5 (68). – С. 129-144.
147. Рауфи А. Конкурентная экономика: монография: под общ. ред. д.э.н., профессора О.Б. Бобоева. - Душанбе: Дониш, 2014. -608 с.
148. Рахимов А.А. К вопросу становления и развития инноваций в экономике Республики Таджикистан / А.А.Рахимов // Вестник РТСУ. – Душанбе: 2018. - №1 (68).-С.223-228.
149. Рахимов Г.М. Аутсорсинговые услуги: понятие, сущность и их значение / Г.М. Рахимов, М. Х. Максадов // Вестник таджикского государственного университета коммерции. – Душанбе: 2020. - № 1 (30). – С.196-202.
150. Рахимов З.А. Теоретические аспекты формирования рынка страховых услуг / З.А.Рахимов, Ф.С.Рахимов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. -Душанбе: Типографии ТНУ, 2014. - №2/10 (152). - С. 23-28.
151. Рахимов Ш.М. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности в сфере услуг / Ш.М.Рахимов, Б.М.Дусматов // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. Душанбе: Типографии ТНУ, 2015. - №2/9(190). – С.66-71.
152. Ризокулов Т.Р. Инвестиционная стратегия в активизации структурной перестройки национальной экономики Таджикистана. Современные проблемы науки и образования: / Т.Р.Ризокулов - М.: 2014. -№5.- С.37-42.
153. Ризокулов Т.Р. О создании условий для инновационного развития экономики Республики Таджикистан / Т.Р.Ризокулов, Ш.А.Мухаммадсупова // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2017. - №3. – С.28-37.
154. Родионова И., Особенности интернационализации деятельности компаний в сфере профессиональных деловых услуг / И. Родионова, Е.Д. Фролова // Вестник российского университета дружбы народов (серия: экономика). – М.: РУДН, 2012. - № 2. –С. 29-37.
155. Рой О.М. Развитие социально-экономического знания в условиях глобализации / О.М.Рой // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – М.: Ассоциация независимых экспертов Центр изучения кризисного общества, 2014. - С. 51-62.
156. Россия в цифрах 2019. Краткий статистический сборник. - М.: 2019. - 549с.

157. Садофьев А.А. Интеллектуальные услуги как инструмент воспроизводства человеческого капитала в условиях «экономики знаний» / А.А.Садофьев // Вестник Адыгейского государственного университета. – Адыгея: Научное издание ФГБОУ АГУ, 2016. – №4 (190). –С.43-49.

158. Саидмурадов Л.Х. Стратегические цели Республики Таджикистан и устойчивое развитие регионов страны / Л.Х. Саидмурадов // Вестник университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). Серия экономических наук. – Душанбе: РТСУ, 2016. - № 3 (54). Ч.1. - С.149-156.

159. Саидова М.Х. Инновационное развитие рынка услуг физической культуры и спорта в Республике Таджикистан / М.Х.Саидова // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 5 (68). – С. 151-163.

160. Саидова М.Х. Некоторые вопросы обеспечения устойчивого развития предпринимательства в современных условиях Таджикистана / М.Х. Саидова, К.Р. Ашуров // Вестник ТНУ. - Душанбе: Сино, 2016. - №2/7 (213). - С. 66-71.

161. Самадов И.Г. Становление и развитие рынка аутсорсинговых услуг в условиях рыночной экономики / Самадов И.Г. // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Душанбе: 2018. -145с.

162. Самсонова А.С. Место технического сервиса в системе бизнес-услуг // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право», -М. «ООО Научные технологии» № 4-2012. –С. 37-39.

163. Санько Г.Г. Особенности развития мирового рынка бизнес-услуг / Г. Г. Санько // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19—20 мая 2010 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. – Минск: 2010. - Т. 1. - С.147-148.

164. Сараев А.Л., Сараев Л.А. К оценке прибыли и затрат предприятий, модернизирующих структуру производства / А.Л.Сараев, Л.А.Сараев // Вестник Самарского государственного университета, 2013. - № 1 (102). - С. 186–196.

165. Сараев А.Л., Сараев Л.А. К расчету эффективной равновесной цены неоднородно распределенного конкурентного рынка / А.Л.Сараев, Л.А.Сараев // Вестник Самарского государственного университета. Самара: Самарский университет, 2011. - № 10 (91). – С.130. - С. 129–135.

166. Сектор услуг. Отраслевой обзор 2017. АО «Национальная компания «kazakh invest» / Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан. - Алма-Ата: 2017. –89с.

167. Селина М.В. Тенденции развития и эффективность использования аутсорсинга на мировых рынках деловых услуг: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук (08.00.14) / М.В.Селина. - М.: 2011.-24с.

168. Статистический ежегодник Республики Таджикистан //Статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2020. - 495с.

169. Сулаймонзода Ш.Ф. Сферы бизнес-услуг как фактор повешения уровень жизнь населения Республики Таджикистан, «Шокан окулары - 23» / Ш.Ф.Сулаймонзода / Сб. материалов международной научно - практической

конференции (26 апреля, г.Кокшетау, 2019). - Казахстан, Кокшетау, 2019. Т.6. - Республики Казахстан. - С. 343-346.

170. Сулаймонов Ш.Ф. Методические основы функционирования институциональной среды экономики и сферы бизнес-услуг / Ш.Ф.Сулаймонов, М.Х.Саидова // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических общественных наук. - Душанбе: Сино, 2018. -№4. - С 150 - 156.

171. Сулаймонов Ш.Ф. Направления развития сферы бизнес-услуг в свете реализации Национальной стратегии развития Республики Таджикистан / Ш.Ф.Сулаймонов // Экономические и гуманитарные науки. Орловский государственный университет им. И.С.Тургенева (Орел) Орел: 2017. - № 3 (302). - С. 87-95.

172. Сулаймонов Ш.Ф. Национальная платформа бизнеса как комплексная бизнес-услуга / Ш.Ф.Сулаймонов // Новая наука: теоретический и практический взгляд: Сб. статей международной научно-практической конференции (4- марта 2017г, г. Ижевск). - Ижевск: ООО "Агентство международных исследований", 2017. - С.193-195.

173. Сулаймонов Ш.Ф. Эффективный сектор бизнес-услуг как условие развития малого и среднего бизнеса в Республике Таджикистан / Сулаймонов Ш.Ф. // Наука и бизнес: пути развития. - Тамбов: Фонд развития науки и культуры, 2017. - № 6. - С. 59-63.

174. Сухарев О. Управление знаниями, информация и экономический рост (часть 1) / О. Сухарев // Проблемы теории и практики управления. – М.: Международная медиа группа, 2015. – № 2. – С. 95-103.

175. Таджикистан: 30 лет государственной независимости // Статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021. – 702с.

176. Тохирова Р.С. Аудиторские фирмы их влияние на деятельность предприятий / Р.С.Тохирова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. Душанбе: Типографии ТНУ, 2016. - №2/4(204). – С.138-144.

177. Тохирова Р.С. Теоретические основы, планирование и реализация аудита / Р.С.Тохирова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия:экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2017. - №2/1.- С. 120-123.

178. Тюкавкин Н.М. Анализ основных тенденций формирования и развития сферы деловых услуг / Н.М.Тюкавкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – Новосибирск: ООО "Капитал" , 2016. – №6. –С. 82-87.

179. Тюкавкин Н.М. Услуги делового характера сервисных организаций / Н.М.Тюкавкин, Н.В.Надеин // Вестник Самарского государственного университета. - Самара: «Самарский университет», 2015. - № 5 (127). - С.117. С. 117-122.

180. Тюкавкин Н.М. Экономический феномен Китая / Н.М. Тюкавкин // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара: 2007. – № 3 (29). – С. 138-142.

181. Удальцова Н.Л. Организационно-экономический механизм функционирования отрасли национальной экономики / Н.Л.Удальцова // Экономика и управление. - №6 (91).– 94-98.

182. Усачёв С.С. Развитие малого и среднего бизнеса на основе принципов аутсорсинга/ С.С. Усачёв // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. «Муромский институт». – Муром: 2010. - № 3. –С. 135-139.

183. Усманова Т.Дж. Формирование и развитие лизинговых отношений: проблемы и перспективы / Т.Дж.Усманова, Ф.Ф.Одинаев // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал) Серия: Экономика.- Душанбе: Сино, 2014. - №2/10(152). –С.17-22.

184. Фадеева Н. В. Методология оценки качества услуг / Н.В.Фадеева. – Белгород: Вестник ТГТУ, 2012. Том 18. - № 2. - 484-492.

185. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: состояние и перспективы. Монография. –Душанбе: «Ирфон», 2019. –290с.

186. Факеров Х.Н. Развитие социально – трудовых отношений в таможенной сфере Республики Таджикистан / Х.Н.Факеров, К.А.Латифов, Ш.Дустбаев // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2013. - №2/7 (123). - С. 46-54.

187. Факторы роста производительности труда на предприятиях несырьевых секторов российской экономики: докл. к XXI Апр. меж дунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Ю.В.Симачев (рук. авт. кол.), М.Г.Кузык, А.А.Федюнина и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 60 с.

188. Филатов В. М. Модель компетенций как основа системы мотивации / Филатов В. М. // Евразийский Союз Ученых. – М.: 2016. – №1 (22).–С.118-120.

189. Хабибов С.Х. Создание и развитие инновационного потенциала предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан / С.Х.Хабибов // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2017. - №3(54). - С.24-32.

190. Хабибов С.Х., Шаропов Ф.Р., Хабибова С.С. Торговля потребительскими товарами: теория, практика, перспективы развития. / С.Х.Хабибов, Ф.Р.Шаропов, С.С.Хабибова // Монография. – Душанбе: ООО Тайрон, 2018. - 220с.

191. Ходжаев П. Д. Внедрение инновационных технологий в процессе оказания услуг пассажирским автомобильным транспортом в условиях квазиконкуренции / П.Д.Ходжаев // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 5 (68). – С. 202-213.

192. Ходжаев П.Д. Оценка использования потенциала государственно-частного партнерства в сфере услуг Республики Таджикистан / П.Д.Ходжаев, Л.Сафарова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2015.- № 2/9 (190). – С.163-167.

193. Холматов М.М. Институциональные аспекты развития цифровой экономики Таджикистана / М.М.Холматов // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2020. - № 2 (70). – С. 135-147.

194. Холматов М.М. Цифровая экономика в инновационных процессах сферы предпринимательства Республики Таджикистан / М.М.Холматов, З.А.Шералиев // Экономика Таджикистана. – Душанбе: 2017. - №4. – С. 138-142.

195. Хусаинов М.К. Регулирование рынка сферы услуг на национальном уровне (на примере Республики Таджикистан) / М.К.Хусаинов, Ш.М.Норматова, Р.Ш.Абдусаттарова // Развитие методологии современной экономической науки и менеджмента / Материалы I Междисциплинарной Всероссийской научно-практической конференции. – Севастополь: СевГУ, 2017. – С. 48-52.

196. Хусаинов М.К. Роль потенциала деловой репутации в процессе выбора направлений стратегии развития предприятий сферы услуг / М.К.Хусаинов, И.Т.Рустамова // Вестник Российского нового университета. Серия: человек и общество. – М.: Российский новый университет, 2017. - № 3. – С. 52-57.

197. Шабунова М.А. Развитие сфера услуг (финансовые аспекты) / М.А.Шабунова // Вестник Таджикского национального университета, (научный журнал). Серия: экономика. - Душанбе: Типографии ТНУ, 2015. - №2/9 (190). – С. 273-277.

198. Шапошников В. Рынок интеллектуальных услуг: сущность и диалектика формирования / В. Шапошников // Практ. маркетинг. – М.:2010. - № 12. - С.3-12.

199. Шарифи Ф.Б. Оценка качества государственных услуг: сдерживающие факторы и пути их преодоления (на материале Республики Таджикистан) / Ф.Б.Шарифи // Таджикистан и современный мир. – Душанбе: 2019. - № 4 (67). – С. 157-168.

200. Шаш Н.Н. Показатели и способы измерения производительности труда и возможность их применения на предприятиях / Н.Н. Шаш, А. И. Бородин // Ученые записки петрозаводского государственного университета. ФГУ ВПО «ПГУ». – Петрозаводск: 2015. –С. 96-101

201. Швецова О. А. Проблемы мотивации ключевого персонала наукоемких предприятий / О. А. Швецова // Дискурс. – Санкт-Петербург: Санкт-Петер. гос. элек. унив."ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина). 2016 №. 3, – С. 50-58

202. Шералиев А.А. Достижения, проблемы формирования и перспективы развития международных транспортных коридоров в Республике Таджикистан / А.А.Шералиев // Экономика Таджикистана. - Душанбе: 2019. - №4. – С.250-257.

203. Шленскова С.Е. Аутсорсинг как ключевой фактор влияния на экономический результат субъектов хозяйствования сферы услуг. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/free/12/s3.pdf> (Дата обращения - 02.10.2019 г.)

204. Шнякина Ю.Р. Приоритетность бизнес услуг в условиях инновационной активности региона / Ю.Р.Шнякина // Транспортное дело России. – М.: Морские вести России, 2012. - № 5. –С. 64-67.

205. Электронная платформа консалтинговых компаний Республики Таджикистан [Электронный ресурс]: – Режим доступа: www.consulting.tj. (Дата обращения 30.06.2020)

206. Aithal P. S. How service industries can transform themselves into green business industries / P.S.Aithal, S.Preethi, J.Preethi // MPRA Paper No.71767, posted 06 Jun 2016 UTC- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/71767/> (Дата обращения – 23.12.2017 г.)

207. Aslesen H.I., Isaksen A. Knowledge intensive business services and urban industrial development / H.I.Aslesen, A.Isaksen // The Service Industries Journal. Norway: 2007. – Vol. 27. - №3. - P.322. 321–338.

208. Axelsson B. Companies buy services, don't they? / B.Axelsson // Proceedings 9th IPSERA Conference. –Canada: 2000. – P.42-53.

209. Borodako K., Tourism enterprises as buyers of knowledge-intensive business services / K.Borodako, J.Berbeka, M.Rudnicki // SAGE Open. – Warsaw: January-March. 2015. - P.1-10.

210. Business Services Quarterly update Q2 2019.London. Deloitte Corporate Finance LLC.25p. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xa/Documents/corporate-finance/us-dcf-business-services-update-q2-2019.pdf> (Дата обращения - 22.04.2020 г.)

211. Corina P. S. Purchasing management of business services in the contemporary knowledge based economy / Corina P. S. // Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica. – Oradea: 2012. – №14 (1). – P.286-293.

212. Djellal F., Gallouj F. Beyond productivity strategies in services / Djellal F., Gallouj F. // Journal of Innovation Economics. – 2010. № 5, – PP. 89-104

213. European Commission Enterprise and Industry Newsletter. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7446&lang=en&tpa_id=0&displayType=news&nl_id=1036 (Дата обращения – 9.04.2017 г.)

214. Garcia Q. J. What types of firms acquire knowledge intensive services and from which suppliers / J.Garcia-Quevedo, F.Mas-Verdu, D.Montolio // Technology analysis and strategic management. – Barcelona: 2013. – № 25 (4). – P. 473–486.

215. Gounaris S. Measuring service quality in B2B services: an evaluation of the SERVQUAL scale vis-a-vis the INDSERV scale / S. Gounaris // Journal of Services Marketing. –Emerald Group Publishing Limited. 2005, –№19/6 –P. 421-435

216. Gregory J. L. Measuring business-to-business customer service: A structural re-examination of the INDSERV scale / J.L.Gregory // African Journal of Business Management. 2011.– Vol. 5(8), –P.3179-3187

217. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications // European Journal of Marketing. – Helsingfors, 1993. Vol. 18 - № 4. - P. 36-44

218. Haksever C. Service management and operations / C. Haksever, B. Render, R. Russel, R.Murdick. – Second Edition. – New Jersey: Prentice Hall, 2000. – 715p.
219. Halinen A. Exchange relationships in professional services: a study of relationship development in the advertising sector / A. Halinen. Turku: Turku School of Economics and Business Administration. 1994. – 393p.
220. Heckova J. Business services and their contribution to economic growth within European Union / J.Heckova, E.Huttmanova, A.Chapcakova // Proceedings of scientific works of the department of economics and the economy ANNO. - Bratislava: Univerzitna Kniznica. – 2008. –P.185-195.
221. Heidi R. From B-To-B service quality to customer experience / R. Heidi // Journal of Service Science. 2009, –Volume 2, № 1. –P. 35–44.
222. Henk L.M., Luis R. Analyzing the Contribution of Business Services to European Economic Growth. Bruges European Economic Research Papers. 2017.– 61p.
223. High-Level Group on Business Services. Final Report. European Union, 2014. –169p.
224. Holubcova I. Present and future of outsourcing and business services in new EU member states / I.Holubcova, V.Michalova // Global Academic Society Journal: Social Science Insight. – Bratislava: 2008. –Vol. 1, – №1. – P. 31-47.
225. Martin H.T., Katrine E.N. Barriers to productivity growth in business services / H.T.Martin, E.N.Katrine. - Copenhagen: Copenhagen Economics, May 2013. –34 p.
226. Muller E. The key dimensions of knowledge intensive business services (KIBS) analysis: a decade of evolution / E.Muller, D.Doloreux // Institute systems and innovation research. Working Papers. Firms and Region. – Karlsruhe: 2007. - №1. –26 p.
227. Muller E., What we should know about knowledge-intensive business services / E. Muller, D. Doloreux // Technology in Society. – Karlsruhe, 2009. – № 31(1). –P.64–72.
228. Parasuraman A. A conceptual model of service quality and its implications for future research / A.Parasuraman, V.A.Zeithaml, L.L.Berry // Journal of Marketing, –Vol. 49 № 4, – PP. 41-50.
229. Parry W. How to buy/sell professional services //Harvard Business Review, March/April. –1996. –PP. 16-28.
230. Rebecca R. Professional & business services sector creating further demand and growth outside London/ R. Rebecca, B. Chloe // BEIS Research Paper Number 2020/006. – London: 2020. – 107 P.
231. Szmigin I. Managing quality in business-to-business services // I. Szmigin, European Journal of Marketing. –1993. –Vol. 27. –No. 1,– PP. 2-21.
232. UNCTAD Handbook of Statistics 2019 - International trade in services. New York: 2019. –104p.
233. Vamsi K. B. Global Competitiveness and Knowledge Intensive Business Services // 18th European Advanced Studies Institute in Regional Science // –

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wz.uni.lodz.pl/ersa/abstr/bommakanti_p.pdf (дата обращения – 16.06.2018 г.)

234. Woo K.S. Measuring business-to-business professional service quality and its consequences / K.S. Woo, C.T. Ennew // *Journal of Business Research*. – Hong Kong: 2005. –Volume 58. – Issue 9. – P.1178-1185.

235. Wynstra F. An application-based classification to understand buyer–supplier interaction in business services / F.Wynstra, W.Van der Valk. // *International Journal of Service Industry Management*. – Eindhoven: 2006. –Vol. 17. –№ 5.– P.474–496.

Анкета
для выявления перспективных направлений спроса на бизнес–услуги в Республике Таджикистан

Уважаемый (ая)

С целью выявления перспективных направлений спроса на бизнес–услуги в Республике Таджикистан, просим Вас ответить на следующие вопросы:

- 1. В каком секторе экономики Вы работаете?**
 - промышленность;
 - сельское хозяйство;
 - гостиничная деятельность;
 - строительство;
 - телекоммуникации;
 - финансовый сектор;
 - другие (пожалуйста, укажите) _____
- 2. Опыт работы на рынке:**
 - до 5 лет;
 - от 5 -10 лет;
 - более десяти лет.
- 3. Форма собственности:**
 - государственная
 - частная
 - иностранная
 - смешанная
- 4. Размер предприятия:**
 - крупная
 - средняя
 - малая.
- 5. Место функционирования:**
 - г. Душанбе и Районы республиканского подчинения (РРП);
 - другие регионы;
- 6. Какие виды бизнес–услуг Вы часто приобретаете со сторонних организаций и предприятий?**
 - юридические;
 - инженерные;
 - области налогообложения;
 - архитектурные;
 - аудиторские;
 - бухгалтерские услуги;
 - по применению программного обеспечения;
 - по обработке данных;
 - по обслуживанию и ремонту вычислительной техники;
 - разработка проектов;
 - разработка новых видов продукции;
 - риэлтерские;
 - по аренде помещения и оборудования;
 - логистика, транспортировка и хранение;
 - консультационные услуги по вопросам управления;
 - по исследованию рынка и выявлению общественного мнения;
 - услуги в области рекламы;
 - рекрутинг;
 - др. (пожалуйста укажите) _____
- 7. Пожалуйста, укажите частоту приобретения следующих видов бизнес-услуг на вашем предприятии:**

Виды бизнес-услуг	Не нуждаемся в таких услугах	Выполняем своими силами	Иногда приобретаем извне	Постоянно приобретаем извне
Юридические услуги				
Маркетинг, реклама				
Бухгалтерские услуги				
Логистика, транспортировка и хранение				
Услуги в сфере информационных технологий				
Разработка проектов				
Обслуживание технологического оборудования				
Разработка новых видов продукции				
Управленческий консалтинг				
Рекрутинг				
Другие				

8. Укажите, пожалуйста поставщика бизнес-услуг для Вашего предприятия?

- государственные организации Республики Таджикистан;
- коммерческие организации Республики Таджикистан;
- иностранные организации, работающие в Республике Таджикистан;
- зарубежные организации.

9. Оцените, пожалуйста факторы использования бизнес-услуг (причины по которым Вы предпочитаете приобрести эти услуги от специализированных поставщиков бизнес-услуг):

№ пп	Факторы приобретения бизнес-услуг от внешних поставщиков	Оцените значимость фактора по десятибалльной шкале
1.	Экономия затрат при использовании услуг сторонних организаций	
2.	Отсутствие на предприятии специалистов соответствующего профиля	
3.	Отсутствие необходимого оборудования	
4.	Сравнительно высокий уровень квалификации внешних поставщиков, чем на предприятии	
5.	Улучшение финансовых и экономических показателей	
6.	Повышение конкурентоспособности бизнеса	
7.	Снижение расходов на управление персоналом и кадровое делопроизводство	
8.	Экономия за счет сокращения (не привлечения) штатного персонала	
9.	Внедрение передовых технологий управления на базе информационных технологий	
10.	Другие причины	

10. Если Вы собственными силами оказываете себе соответствующие услуги, то оцените, пожалуйста факторы выполнения бизнес-услуг собственными силами:

№ пп	Наименование факторов	Оцените по десятибалльной шкале

1.	Наличие опыта в данной сфере	
2.	Своими силами дешевле	
3.	Наши специалисты лучше знают специфику нашей работы	
4.	Риск утечки информации	
5.	Высокая стоимость бизнес-услуги извне	
6.	Ненадежность партнеров	
7.	Отсутствие сотрудничества	
8.	Отсутствие качественных поставщиков бизнес-услуг в регионе	
9.	Другие причины	

11. Как Вы оцениваете связь между приобретаемыми бизнес-услугами и производительностью в Вашей компании?

№ пп	Степень влияния	Оцените по десятибалльной шкале
1.	Высокая (7,5-10 баллов);	
2.	Средняя (5,-7 баллов);	
3.	Низкая (2,5-4,5 баллов);	
4.	Очень низкая (1- 2 баллов);	

12. Как Вы оцениваете качество бизнес- услуг, которые Вы приобрели от внешних поставщиков?

- высокое;
 очень низкое;
 низкое;
 среднее;

13. Какие факторы делают бизнес-услуги приоритетными для вашего предприятия?

- Своевременность предоставления бизнес-услуг;
 Качество бизнес-услуг;
 Цена услуги;
 Относимость к делу, актуальность;
 Региональная и глобальная поддержка;
 Широкая номенклатура услуг;
 Другие.

14. Какие проблемы препятствуют развитию сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан;

- нехватка соответствующих нормативно-правовых актов в сфере регулирования отрасли;
 нехватка квалифицированных кадров;
 недоверие к поставщикам бизнес-услуг;
 другие(пожалуйста, укажите); _____

15. Как Вы оцениваете надежность консультантов и аудиторов, с которыми когда-нибудь имели дело?

- надежные;
 ненадежные;
 можно полагаться;
 не могут сохранить коммерческую тайну;
 они были причиной утечки информации о нашей компании.

16. Что Вы рекомендуете для дальнейшего развития сектора бизнес-услуг в Республике Таджикистан?

Благодарим за участие!

Разработки сценарных расчетов на основе регрессионного анализа

Для разработки сценарных расчетов нами была использована регрессионный анализ, отражающая связи между несколькими независимыми переменными и одной зависимой. В качестве зависимого показателя использовался показатель ВВП из Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030г., а в качестве независимых показателей;

X-объем производства услуг,

X₁ - производство бизнес-услуг,

X₂ – экспорт,

X₃ – импорт бизнес-услуг.

Зависимость объема производство услуг от ВВП нами определена по следующему уравнению

$$S = 0.428202296687 * GDP \quad (1)$$

где:

PS - Производство услуг, млн. сомони

GDP – ВВП (табл.1.)

Таблица 1

Зависимость объема производства услуг от ВВП

Зависимая переменная: PS				
Метод: метод наименьших квадратов				
Дата: 11.11.20 Время: 16:20				
Выборка (скорректированная): 2010 г. 2018 г.				
Включенные наблюдения: 9 после корректировки				
Переменная	Коэффициенты	Стд. Ошибки	t-статистика	Вероятность
ВВП	0.428202	0.004148	103.2299	0.0000
R-квадрат	0.990416	Средняя зависимая переменная		19551.30
Скорректированный R-квадрат	0.990416	Стандартное отклонения зависимая переменная		6043.054
Стандартная ошибка регрессия	591.5986	Информационный критерий Акайке		15.70797
Сумма квадратов остатки	2799911.	Критерий Шварца		15.72989
Логарифмическое правдоподобие	-69.68588	Критерий Ханнана-Куинна.		15.66068
Статистика Дарбина-Уотсона	2.099049			

Результаты расчета показывают, что параметры уравнения являются достоверными. Это подтверждает значение R^2 (0.990416), стандартная ошибка (0.004148) и коэффициент Дарбина—Уотсона или DW-критерий (2.099049)

Зависимость объема экспорта бизнес-услуг от ВВП нами определена по следующему уравнению:

$$TEBS = 0.00110903259015 * GDP \quad (2),$$

где:

TEBS – объем экспорта бизнес-услуг, млн сомони (табл.2)

Таблица 2

Зависимость объема экспорта бизнес-услуг от ВВП

Зависимая переменная: TEBS				
Метод: метод наименьших квадратов				
Дата: 11.11.20 Время: 16:25				
Выборка (скорректированная): 2010 2018				
Включенные наблюдения: 9 после корректировки				
Переменная	Коэффициенты	Стд. Ошибки	t-статистика	Вероятность
ВВП	0.001109	6.90E-05	16.07227	0.0000
R-квадрат	0.754428	Средняя зависимая переменная		50.15300
Скорректированный R-квадрат	0.754428	Стандартное отклонения зависимая переменная		19.85919
Стандартная ошибка регрессия	9.841261	Информационный критерий Акайке		7.515484
Сумма квадратов остатки	774.8034	Критерий Шварца		7.537398
Логарифмическое правдоподобие	-32.81968	Критерий Ханнана-Куинна.		7.468194
Статистика Дарбина-Уотсона	3.086886			

*Расчеты автора

Результаты анализа зависимости объема экспорта бизнес-услуг от ВВП, также показывают, что параметры уравнения являются достоверными. В данном уравнении значение R^2 составляет 0.754428, стандартная ошибка 6.90E-05 и коэффициент Дарбина—Уотсона или DW-критерий равны 3.086886, что подтверждает достоверности проводимого прогноза.

Уравнение отражающее зависимость объем импорта бизнес-услуг от ВВП приведено ниже:

$$TIBS = 0.00396232354917 * GDP \quad (3),$$

где:

TIBS - объем импорта бизнес-услуг, млн сомони (табл.3)

Таблица 3

Зависимость объема импорта бизнес-услуг от ВВП

Зависимая переменная: TIBS				
Метод: метод наименьших квадратов				
Дата: 11.11.20 Время: 16:27				
Выборка (скорректированная): 2010 2018				
Включенные наблюдения: 9 после корректировки				
Переменная	Коэффициенты	Стд. Ошибки	t-статистика	Вероятность
ВВП	0.003962	0.000219	18.09839	0.0000
R-квадрат	0.749248	Средняя зависимая переменная		181.3667
Скорректированный R-квадрат	0.749248	Стандартное отклонения зависимая переменная		62.35507
Стандартная ошибка регрессия	31.22437	Информационный критерий Акайке		9.824714
Сумма квадратов остатки	7799.692	Критерий Шварца		9.846628
Логарифмическое правдоподобие	-43.21121	Критерий Ханнана-Куинна.		9.777424
Статистика Дарбина-Уотсона	3.177928			

Значение R^2 в третьем уравнении равно 0.749248, стандартная ошибка 0.000219 и коэффициент Дарбина-Уотсона или DW-критерий 3.177928

Четвертое уравнение отражает зависимость объема производства бизнес-услуг от ВВП и выглядит следующим образом:

$$TPBS = 0.0152138968744 * GDP \quad (4)$$

где, TPBS - объем производства бизнес-услуг, млн сомони (табл.4)

Таблица 4

Зависимость объема производства бизнес-услуг от ВВП

Зависимая переменная: TPBS				
Метод: метод наименьших квадратов				
Дата: 11.11.20 Время: 16:28				
Выборка (скорректированная): 2010 2018				
Включенные наблюдения: 9 после корректировки				
Переменная	Коэффициенты	Стд. Ошибки	t-статистика	Вероятность
ВВП	0.015214	0.001577	9.646069	0.0000
R-квадрат	0.132887	Средняя зависимая переменная		718.4933
Скорректированный R-квадрат	0.132887	Стандартное отклонения зависимая переменная		241.5662
Стандартная ошибка	224.9437	Информационный критерий		13.77402

регрессия		Акайке	
Сумма квадратов остаток	404797.4	Критерий Шварца	
Логарифмическое правдоподобие	-60.98308	Критерий Ханнана-Куинна.	
Статистика Дарбина-Уотсона	1.669139		

*Расчеты автора

Результаты расчета зависимости объема производства бизнес-услуг от ВВП, также являются достоверными. Так как в данном уравнении значение R^2 составляет 0.132887, стандартная ошибка 0.001577 и коэффициент Дарбина—Уотсона или DW-критерий 1.669139.

Зависимость число занятости в секторе бизнес-услуг от объема ВВП нами определена по следующему уравнению:

$$EMPL = 13.7952073333 + 0.00059814990044 * GDP \quad (5)$$

где, EMPL - число занятых в отрасли, тыс. человек (табл.5)

Таблица 5

Зависимость число занятости в секторе бизнес-услуг от объема ВВП

Зависимая переменная: EMPLA				
Метод: метод наименьших квадратов				
Дата: 11.11.20 Время: 20:28				
Выборка (скорректированная): 2010 2018				
Включенные наблюдения: 9 после корректировки				
Переменная	Коэф-фициенты	Стд. ошибки	t-статистика	Вероятность
С	13,79521	4,019416	3,432143	0,011
ВВП	0,000598	8,45E-05	7,074726	0,0002
R-квадрат	0,877304	Средняя зависимая переменная		41,04444
Скорректированный R-квадрат	0,859776	Стандартное отклонения зависимая переменная		9,20667
Стандартная ошибка регрессия	3,44757	Информационный критерий Акайке		5,506346
Сумма квадратов остаток	83,20017	Критерий Шварца		5,550174
Логарифмическое правдоподобие	-22,7786	Критерий Ханнана-Куинна.		5,411766
F-статистика	50,05175	Статистика Дарбина-Уотсона		1,592686
Вероятности (F-статистики)	0,000198			