

# ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

УДК 330.47

**Холида Нурматовна Рузметова,**  
к.э.н., доцент кафедры «Информационные системы в экономике» Ташкентского Государственного экономического университета  
Тел.: 239-28-19  
Эл. почта: ruzmetova28121995@rambler.ru

Развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане в условиях формирования инновационной экономики невозможно без эффективного применения передовых информационно-коммуникационных технологий, которые предоставляют возможность развивать не только отечественные рынки, но и обеспечивают выход на внешние, тем самым повышая информационную значимость страны на международном экономическом рынке.

**Ключевые слова:** малый бизнес, экономический рост, бизнес-идеи, передовые ИКТ, инновации.

**Holida N. Ruzmetova,**  
PhD in Economics, Associate Professor of the Chair "Information Systems in Economics", Tashkent State University  
Tel.: 239-28-19  
E-mail: ruzmetova28121995@rambler.ru

## THE BASIC ASPECTS OF APPLICATION OF INFORMATION- COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN A SMALL-SCALE BUSINESS AND PRIVATE BUSINESS IN REPUBLIC UZBEKISTAN

Development of a small-scale business and private business in Uzbekistan in the conditions of formation of innovative economy is impossible without effective application of the advanced information-communication technologies which give possibility to develop not only the domestic markets, but also provide an exit on external, thereby raising the information importance of the country in the international economic market.

**Keywords:** a small-scale business, economic growth, business ideas, advanced ICT, innovations.

## 1. Введение

Сегодня малый бизнес и частное предпринимательство играют важную роль в развитии инновационной экономики Узбекистана. Малый бизнес способствует ускорению экономического роста государства, проведению диверсификации, внедрению инноваций, положительной динамике роста экономических показателей, развитию конкуренции и структурной перестройки экономики, позволяет создавать дополнительные рабочие места. Это обусловлено тем, что малые предприятия и частные предпринимательские структуры более устойчивы к изменениям внешней среды за счет быстрой адаптации к современным рыночным условиям.

Сектор малого бизнеса и частного предпринимательства является фундаментом и необходимым элементом социально-экономической системы страны, в значительной степени обеспечивающим устойчивость ее развития. Первоочередными задачами на сегодняшний день являются задачи, поставленные в соответствии с постановлением Президента Республики Узбекистан от 15 апреля 2014 года № ПП-2164 «О мерах по дальнейшему совершенствованию процедур, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности и предоставлением государственных услуг»[1].

Малый бизнес и частное предпринимательство, как базовый элемент социально-экономической системы, подтвердивший на практике свою эффективность и жизнеспособность, является также уязвимым субъектом хозяйственных отношений, что обусловлено незначительной величиной индивидуального капитала, недостаточным количеством квалифицированных кадров и их подготовкой в соответствии с условиями рынка, нормативно-правовыми и административными барьерами, отсутствием четкой долгосрочной стратегии, инвестиционными ограничениями и многими другими факторами. Эффективное применение передовых информационно-коммуникационных технологий на объектах малого бизнеса и частного предпринимательства является залогом успеха не только их эффективного функционирования, но и служит одним из главных факторов развития национальной экономики.

## 2. Основные принципы оценки эффективности малого бизнеса и частного предпринимательства

Эффективность функционирования любого экономического объекта является индикатором его дальнейшего существования и развития. Эффективность в переводе с латинского языка означает «действенный, производительный, дающий результат».

Обычно, стремясь повысить эффективность конкретного вида предпринимательской деятельности, управленцы определяют меры, способствующие процессу развития, и исключают те из них, что ведут к регрессу. В этом смысле эффективность всегда связана с практикой. Она направляет управленческую деятельность в русло обоснованности, необходимости, оправданности и достаточности.

Эффективность – качественная категория, связанная с интенсивностью развития предпринимательства (динамической качественной категорией).

Как экономическая категория эффективность учитывает не только результат деятельности, но и условия, при котором этот результат получен. Эффективность любой деятельности принято выражать с помощью отношения результата к затратам. При этом ставится задача максимизировать результат, приходящийся на единицу затрат.

Предпринимательская деятельность всегда направлена на достижение цели и обязательно заканчивается результатом, даже если он не запланирован или является отрицательным. Если конечный результат совпадает с целью, деятельность можно считать рациональной, если же такое совпадение отсутствует, то деятельность является нерациональной. Основным принцип оценки эффективности – взаимосвязь цели и конечного результата деятельности.

Гибкость и близость к покупателю, возможность уделять внимание каждому клиенту, изменяться, подстраиваясь под его требования, являются важными конкурентными преимуществами малого бизнеса и влияют на возможности производителя получать прибыль. Следовательно, на сегодняшний день величина и динамика спроса населения на товары и услуги определяют успех развития предпринимательства и создают основу для устойчивого экономического роста в Узбекистане.

Как свидетельствует опыт, предпринимательская деятельность включает производственную, коммерческую и финансовую компоненты. Для каждой из них характерны собственные цели, иногда взаимоисключающие (например, при стремлении к росту прибыли и минимизации затрат). При этом ставятся задачи поиска единого направления целей, в крайнем случае, разумного компромисса, который не всегда возможен. При этом для оценки эффективности используют метод многоцелевой оптимизации.

Следующим принципом оценки эффективности предпринимательства является наличие нескольких критериев оптимальности.

Оптимальность – это состояние системы, при котором обеспечивается достижение максимума или минимума значений каких-либо параметров. Оптимальность результатов устанавливается на основе критериев.

Практика показывает, что рыночная среда – открытая организационно-хозяйственная система, где субъекты предпринимательской деятельности реализуют взаимные

интересы и функционируют в условиях конкуренции, занимая определенную долю рынка (сегмент). Увеличение занимаемой доли рынка, приращение конкурентных преимуществ обуславливают устойчивость стратегических позиций субъекта предпринимательской деятельности. Появляются дополнительные возможности для реализации задач, способствующих увеличению прибыльности и доходности. Но целевые приоритеты должны быть ориентированы на укрепление своих рыночных позиций и получение дополнительных возможностей для повышения совокупного результата деятельности в течение периода, обусловленного стратегией.

Ещё одним принципом эффективности развития малого бизнеса и частного предпринимательства является взаимосвязь жизненного цикла продукции и показателей предпринимательской деятельности.

Как известно, на стадиях разработки и внедрения продукта прибыль не образуется, она появляется лишь в конце стадии внедрения. При этом прибыль формирует мотивацию на сокращение длительности этих стадий, повышение качества разрабатываемого и внедряемого продукта, обеспечение его соответствия потребностям целевого сегмента, а также сокращение затрат на исследование продукта, его апробацию, подготовку рынка и внедрение в рыночную среду. Для оценки эффективности предпринимательства на этих стадиях требуются показатели, ориентированные на стратегические задачи, охватывающие весь планируемый жизненный цикл продукции – от формирования идеи до снятия продукции с производства. На стадии роста, когда появляются реальные доказательства соответствия товара требованиям целевого сегмента, целесообразно использование показателя прибыли. На этой же стадии необходимо решать задачи по увеличению рыночной доли и завоеванию новых рынков или сегментов, так как увеличение темпов роста объема продаж и прибыли свидетельствует о достаточно широком рыночном признании. Оценка степени до-

стижения этих целей обусловлена стратегическими соображениями и смыкается с задачей более полного овладения рынком. Поэтому на стадии роста возможно сочетание нескольких методов (и показателей) оценки эффективности, охватывающих самостоятельные направления предпринимательской деятельности, формирующиеся на различных потребительских рынках. На стадии зрелости в системе оценочных показателей доминирует прибыль. Являясь индикатором стадийных изменений в жизненном цикле продукции, она отражает саму суть стадии зрелости – стабилизацию роста прибыли, обусловленную признанием продукта потребителем; сокращение себестоимости продукции (работ, услуг) за счет совершенствования производственного цикла и т. д. В конце стадии, когда наблюдаются первые признаки абсолютного снижения прибыли, актуализируются задачи обновления ассортиментного ряда продукции и разработки новых продуктов. При этом возрастает значение стратегических задач (поиск новых идей, их разработка, испытание, продвижение на строительный рынок и т. д.), а для оценки эффективности вновь используются показатели рыночной устойчивости организации.

Поэтому для оценки результата предпринимательской деятельности используется принцип сочетания показателей: показатель прибыли дополняется показателями, характеризующими позиции организации в конкурентной среде.

На стадии спада, завершающей жизненный цикл продукции, могут устанавливаться два вида целей: быстрый уход с рынка устаревшей продукции и отказ от активных рыночных действий с учетом возможности возобновления спроса на продукцию. Результат деятельности может оцениваться с помощью показателя прибыли, стремящегося к максимально возможному значению. При использовании стратегии быстрого ухода с рынка анализ осуществляют по компонентам ассортиментного ряда, определяющим совокупный результат деятельности компании. При ориентации на

возможное возобновление спроса показатель прибыли дополняется аналитическими характеристиками, отражающими вероятность его возобновления и риски, обусловленные его неопределенностью и прогнозируемой длительностью периода, предшествующего новому «всплеску» спроса. Однако такие характеристики могут выступать лишь в качестве аналитических, дополняющих основные, но не образующих самостоятельные показатели.

Таким образом, констатируя изменчивость результирующих показателей предпринимательской деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла продукции, следует обратить внимание на возможность их комбинации, обусловленную структурными изменениями в зависимости от целей и задач предпринимательства.

Следует отметить и такой принцип оценки эффективности предпринимательства, как учет стратегических приоритетов.

Таким образом, единого принципа определения экономической эффективности малого бизнеса и частного предпринимательства не существует. Эффективность малого бизнеса и частного предпринимательства может быть оценена разными показателями в зависимости от сферы самого предпринимательства. Например, в части производственной подсистемы эффективность может быть оценена такими показателями, как эффективность производства, рассчитанной по типу ресурсоотдачи, производительностью труда, рентабельностью, показателем эффективности производственных связей, системой показателей, отражающих эффективность управления производством, показателем эффективности управления кадрами, системой показателей, характеризующих эффективность использования производственной, маркетинговой информации и т.д.

В коммуникативной подсистеме могут быть использованы такие показатели, как эффективность рекламной деятельности, стимулирование сбыта, работа выставок и ярмарок, изучение мотиваций, средства

создания общественного мнения в отношении компании и ее продукции, а также комплекс показателей, отражающих информационные составляющие.

Особого внимания заслуживает показатель имиджа компании. Он может рассматриваться в качестве показателя результата не только в рамках коммуникативной подсистемы, но и применительно ко всей системе предпринимательства [3]. Например, пусть субъект предпринимательской деятельности ориентируется на концепцию социально-экономического маркетинга и предполагает осуществлять свою деятельность в длительной перспективе. Тогда его целевые установки должны ориентироваться на укрепление доверия потребителей, приобретение необходимого социального статуса и общественного признания. В этом случае результат деятельности может оцениваться с помощью характеристик, отражающих имидж компании. Недостатком такой оценки является условность результирующих показателей (баллов, индексов), полученных с помощью экспертного метода. Избежать этого недостатка можно за счет полного экспертного моделирования, которое в современный период осуществляется с применением современных информационно-коммуникационных технологий.

Большую роль имеет эффективность информационной системы. В таблице 1. представлены основные

цели и критерии эффективности информационных систем.

В целях стимулирования увеличения внутреннего спроса и поддержки отечественных производителей в Узбекистане особое внимание уделяется вопросам создания благоприятной деловой среды за счет улучшения налоговой, финансовой, институциональной и инфраструктурной сфер.

В частности, совершенствуется законодательство и система статистической отчетности; сокращаются разрешительные нормы, вмешательство государственных и контролирующих органов в финансово-хозяйственную деятельность предприятий; упрощается процедура создания и регистрации малых предприятий; расширяется система налоговых льгот и преференций; увеличиваются объемы кредитования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства; развивается система информационного обеспечения и консультативной помощи.

В результате предпринятых мер растет оптимизм отечественных производителей. Так, по результатам опросов субъектов предпринимательства выявлено, что респонденты преимущественно удовлетворены состоянием налоговой и институциональной среды, а также доступностью инфраструктуры. В налоговой среде наиболее высока удовлетворенность доступностью условий для сдачи электронной на-

Таблица 1

**Основные цели и критерии эффективности информационных систем**

№	Основные цели ИС	Основные критерии
1.	Максимальная полнота отображения информации	Отношение объема информации в системе к объему всей информации на экономическом объекте
2.	Максимальная скорость предоставления информации	Время обработки данных и представления информации по нерегламентированным запросам
3.	Максимальное извлечение полезной информации	Отношение объема входной информации к объему выходной информации
4.	Минимальные расходы	Сумма капитальных вложений плюс текущие затраты
5.	Минимальная избыточность базы данных	Отношение объема избыточной информации к общему объему хранимой информации
6.	Максимальное удобство для пользователей	Минимальное время на формирование запроса и эргономичность ИС

Источник: составлено автором на основе изучения специальной литературы

логовой отчетности через Интернет, уровнем налоговой нагрузки в целом (соотношение налоговых платежей к выручке), сроками и условиями сдачи финансовых и налоговых отчетов; в институциональной среде – условиями государственной регистрации в местных органах власти, возможностью участия в выставках и ярмарках; в инфраструктурной среде – доступностью местного сырья, материалов, комплектующих, услуг Интернет, телефонной связи и т.д.

По мнению предпринимателей, ожидаются улучшения в инфраструктурной среде, в частности расширится доступность консалтинговых, маркетинговых и лизинговых услуг, усилится конкурентная среда на товарном и финансовом рынках. В институциональной среде ожидается облегчение условий сертификации продукции и услуг, получения лицензий, повышение качества ведения и исполнения судебных процессов. В финансовой среде предприниматели надеются на облегчение условий оформления документов на получение кредитов, оптимизацию процентных ставок по коммерческим кредитам, повышение качества услуг страхования, расширение доступа к тендерным торгам, финансируемым за счет государственного бюджета. В налоговой среде респонденты хотели бы улучшения условий сдачи финансовых и налоговых отчетов, облегчения расчетов и условий сдачи финансовых отчетов, улучшения практической и методической помощи предпринимателям, оказываемой налоговыми органами и сервис-центрами, обеспечения своевременного информирования налоговыми органами об изменениях в налоговом законодательстве.

### 3. Роль информационных инноваций в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства

Применение современных информационных систем в малом бизнесе и частном предпринимательстве способствует решению проблемы формирования и развития инновационно-ориентированных

деловых людей на принципиально ином уровне.

Исследования учёных показывают, что информационная система является средой, составляющими элементами которой являются компьютеры, компьютерные сети, программные продукты, базы данных, люди, различного рода технические и программные средства связи и т.д. Основной целью информационной системы является организация хранения и передачи информации. Информационная система представляет собой человеко-компьютерную систему обработки информации. Реализация функций информационной системы невозможна без знания ориентированной на нее информационной технологии. Информационная технология может существовать и вне информационной системы.

Сегодня в Республике Узбекистан информационные системы и технологии прочно входят в деятельность предприятий малого бизнеса и частного предпринимательства. Затраты на технологические инновации малых предприятий в Республике Узбекистан представлены на рис. 1.

Информационные системы позволяют активизировать и развивать творческие способности представителей малого бизнеса и частного предпринимательства, способствуют организации международного обмена. Применение информационных систем в малом бизнесе и частном предпринимательстве, на-

чиная от использования электронной почты и до заключения международных контрактов в режиме on-line является еще одним шагом к сближению науки, бизнеса и инноваций, формированию подлинного креативного бизнес-класса, способного к производству новых идей, программ и проектов, активной инновационной деятельности, к дальнейшему развитию в каждом регионе креативного менеджмента и креативной экономики.

Большое распространение в малом бизнесе и частном предпринимательстве получили мобильные сервисы. На сегодняшний день в Узбекистане операторы мобильной связи внедряют сети четвертого поколения 4G LTE, что позволит пользователям быстро и эффективно работать с большим объемом информации в Интернете, загружать и просматривать потоковое видео, загружать фотографии высокого качества, а также пользоваться онлайн-приложениями в образовательных целях и для бизнеса. Все эти технологии с точки зрения мобильности позволяют интернет-пользователям Узбекистана расширить свои привычные возможности работы с ИКТ. Проводится работа по последовательному развитию сетей мобильной связи на основе технологии передачи голоса (2G GSM), данных (3G UMTS) и высокоскоростной передачи данных (4G LTE) в городе Ташкенте, в областных центрах и остальных населенных пунктах республики [4].

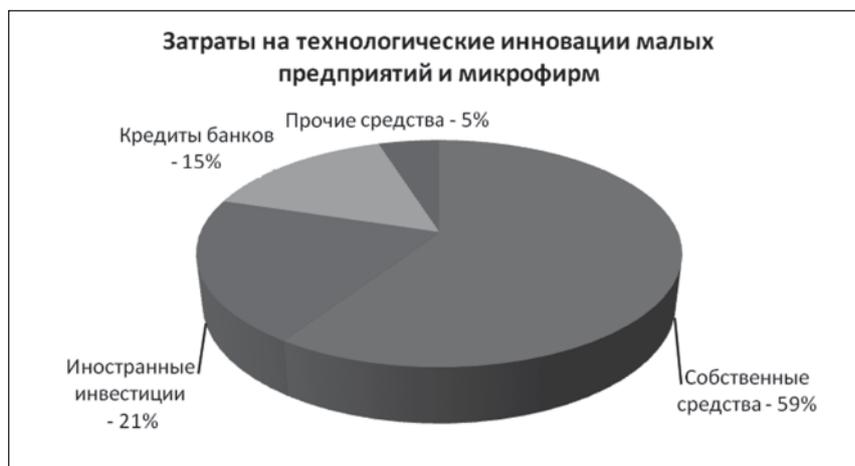


Рис. 1. Структура финансирования затрат на технологические инновации [4]

Отечественные банки предлагают субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства широкий спектр дистанционных банковских услуг, среди которых можно выделить «Банк-клиент», интернет-банкинг, SMS-банкинг и другие. К примеру, коммерческий сектор посредством интернет-банкинга получил возможность контролировать свой счет в режиме реального времени с помощью мобильного телефона. Такие услуги в настоящее время предоставляют 30 банков страны.

В Узбекистане функционирует интегрированная межведомственная Единая электронная информационная система внешнеторговых операций. Она позволяет значительно сократить и ускорить регистрацию внешнеторговых контрактов, а также обеспечить валютный контроль за поступлением денежных средств от экспорта национальных товаров. Еще одно нововведение – Единая автоматизированная система контроля транзитных товаров и транспортных средств, позволяющая автоматизировать оформление и контроль доставки транзитных грузов в режиме реального времени.

В Государственном комитете Республики Узбекистан по статистике действует система резервирования фирменных наименований в электронном виде [4]. Прием заявлений от субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства органами статистики осуществляется круглосуточно, а процесс рассмотрения заявлений и направление

соответствующего уведомления осуществляется в течение не более четырех рабочих часов.

#### 4. Заключение

Весомым подспорьем для субъектов сферы предпринимательства становится широкое внедрение в практику информационно-коммуникационных технологий. Использование ИКТ способствует устранению бюрократических барьеров и дальнейшему усилению свободы предпринимательской деятельности, стимулированию труда, расширению рынков сбыта продукции и услуг.

В условиях развития инновационной экономики в Узбекистане одной из приоритетных задач является задача дальнейшего ускоренного развития малого бизнеса как важнейшего фактора обеспечения занятости, повышения качества жизни населения, а также дальнейшего развития производственной и социальной инфраструктуры, модернизации производства и увеличения занятости населения. В этой связи правительством страны приняты меры, которые включают как налоговые и кредитные льготы, так и дальнейшее углубление институциональных реформ в целях создания благоприятных условий для развития малого бизнеса и частного предпринимательства. Все эти меры являются стимулом эффективного функционирования предприятий малого и частного бизнеса в инновационной системе страны.

#### Литература

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 15 апреля 2014 года № ПП-2164 «О мерах по дальнейшему совершенствованию процедур, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности и предоставлением государственных услуг». // Народное слово, 16 апреля 2014 г.
2. <http://www.gov.uz> – Правительственный портал Республики Узбекистан.
3. Аналоуи Ф., Карами А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. – М.: Юнити, 2009. – 400 с.
4. Официальный сайт Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.uz>.

#### References

1. The decision of the President of Republic Uzbekistan from April, 15th, 2014 № software-2164 «About measures on the further perfection of the procedures connected with realisation of enterprise activity and granting of the state services».//the National word, on April, 16th, 2014
2. <http://www.gov.uz> – the Governmental portal of Republic Uzbekistan.
3. Analoyi F., Karami A. Strategic penalties management of the small and average enterprises. – M: Yuniti, 2009. – 400 p.
4. An official site of the State committee according to Republic Uzbekistan [the Electronic resource]. – Access mode: <http://www.stat.uz>.