

*Салахов Рашад Мамедалиоглы,  
докторант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет*

# ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

SalahovRashadMamedali,  
doctoral student of Azerbaijan State Economic University

## PROBLEMS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ECONOMIC MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SERVICES

***В статье рассматриваются проблемы регулирования отраслей сферы услуг, исследуются применяемые в республике механизмы государственного регулирования сферы услуг. В работе отмечается, что только при условии поддержания конкуренции и невмешательства в рыночные процессы возможно устойчивое развитие этой сферы.***

***This article discusses the regulation of service industries. The purpose of the article is the research of mechanisms of state regulation applied in the republic and the market self-control in a services sector and the development of the offers on their improvement. The paper notes that a sustainable development of this sector is possible only with a steady competition and non-interference in market processes.***

*Ключевые слова: сфера услуг, государственное регулирование, рыночные процессы, государственная программа, экономический механизм, устойчивое развитие.*

*Key words: services sector, state regulation, market processes, state program, economic mechanism, sustainable development.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Одной из особенностей современной азербайджанской экономики, соответствующей общемировым тенденциям, является ускоренное развитие сферы услуг, где ныне производится значительная часть ВВП республики и сосредоточено около половины занятых в народном хозяйстве страны работников. В этой связи государственное регулирование данной сферы приобретает особое значение.

В последние годы занятость и производство добавленной стоимости в отраслях связи, транспорта, торговли, финансовых, деловых и бытовых услуг увеличивались существенно быстрее, чем в других сегмен-

тах экономики. Значительно возросли направляемые сюда государственные инвестиции, что во многом определило улучшение инвестиционного климата и устойчивое развитие экономики. Вместе с тем по своей конкурентоспособности сфера услуг в Азербайджане пока не соответствует требованиям мирового рынка и задачам перевода экономики от сырьевой к инновационной модели развития. Существующие в настоящее время диспропорции в обеспечении населения услугами воспринимаются обществом как нарушение принципов социальной справедливости. Наиболее проблемная ситуация складывается в регионах республики, где рынок услуг, по сути, находится на стадии начального

формирования. В городах же актуализируется проблема доступности услуг необходимого разнообразия и качества, экспансии крупных торговых сетей, приводящей к неоправданному росту цен на ряд продуктов и услуг.

В условиях недостаточности работ, рассматривающих вопросы развития и регулирования рынков услуг, возрастает потребность в углубленном исследовании связанных с этим проблем и разработке новых форм и методов, дающих возможность обеспечить решение назревших задач в этой области.

В связи с этим проблема повышения эффективности механизмов регулирования рынка услуг приоритетно актуальна.

## АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ

Общие проблемы развития сферы услуг, проблемы ее регулирования, особенности маркетинга услуг исследовались многими зарубежными учеными. Среди них следует выделить работы таких авторов, как: Дж. Гелбрэйт, Д. Белл, А. Тоффлер, К. Кларк, С. Кузнец, М. Седлак, А. Фишер, К. Випперман, М. Скотт, В. Бирюкова, М. Виноградова, Л. Демидова, В. Дмитриев, Е. Егорова, Е. Жильцов, И. Журавлев, В. Иванов, Б. Кныш, В. Комаров, Т. Корягина, Л. Кухтинова, В. Куценко, В. Леонов, О. Моргулец, А. Петров, Е. Романенко, В. Рутгайзер, Ю. Соловьев, М. Солодков, В. Тамбовцев, В. Улановская, Р. Шнипер, В. Шопенко, В. Юхименко, Л. Якобсон и др.

Исследованиям отдельных проблем функционирования сферы услуг Азербайджана посвящены работы А. Алиева, А. Алирзаева, А. Бабаева, Т. Гулиева, Ш. Мурадова, Ф. Муршудли, В. Новрузова, Х. Раджабли, Ф. Рахманова, З. Самедзаде, А. Шакаралиева и др.

Однако эти исследования были проведены, в основном, в условиях начального этапа реформ и не затрагивали ряд важных аспектов развития рынка услуг в республике. Кроме того, несмотря на значительное число публикаций, посвященных указанным проблемам, следует отметить, что в них недостаточно представлены и разработаны базовые и методологические проблемы, связанные с возможностью эффективного регулирования развития рынка услуг с учетом значительных изменений в структуре отраслей услуг в современных условиях.

Сложность изучаемой проблемы, наличие дискуссионных вопросов, необходимость их объективного научного анализа свидетельствуют о важности активизации научных изысканий по этому актуальному направлению исследований.

## ЦЕЛЬ СТАТЬИ

Цель статьи заключается в исследовании применяемых в республике механизмов государственного регулирования и рыночной саморегуляции в сфере услуг и разработка предложений по их совершенствованию.

## ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является сфера услуг Азербайджанской Республики.

## ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Социально-экономические процессы, протекающие в сфере услуг, прежде всего, подчиняются базовым законам рыночной экономики — спроса и предложения, стоимости, конкуренции. Однако в практике хозяйственной жизни часто имеет место ситуация, при которой рыночные механизмы не обеспечивают бескризисного развития экономики, полноценного удовлетворения потребностей различных слоев населения. В последнее десятилетие многие зарубежные и отечественные ученые все чаще отмечают слабость механизмов рыночной саморегуляции при решении большинства социальных проблем, в т.ч. в сфере услуг, что обуславливает необходимость их регулирования.

Специалисты отмечают следующие причины, обуславливающие необходимость государственного регулирования сферы услуг [4]:

Во-первых, объективное различие в степени развития рыночных отношений в разных отраслях сферы услуг. В таких секторах, как ресторанный, туристический, гостиничный, рекламный бизнес, торговля, шоу-бизнес, рыночные отношения получили широкое развитие и создали эффективный механизм удовлетворения потребностей, получения прибылей. В других отраслях сферы услуг (образование, медицинское обслуживание, услуги учреждений культуры), рыночные отношения проявляются в определенных границах, поскольку перевод таких услуг исключительно на рыночные принципы затрудняет доступ к ним значительной части населения. В отношении такого рода услуг государство, как правило, занимает активную позицию, играет доминирующую или значительную роль.

Во-вторых, необходимость вмешательства государства. Это объективно обусловлено тем, что в ряде отраслей сферы услуг (жилищно-коммунальное хозяйство, почтовая связь, таможенная деятельность, лицензирование и др.) именно государство выступает естественным монополистом.

В современной экономической литературе выделяют следующие виды регулирования рынков, в том числе и рынка услуг: саморегулирование на основе базовых законов рыночной экономики; государственное регулирование; общественное регулирование; корпоративное регулирование.

Экономический механизм регулирования устойчивого развития сферы услуг представляет собой способ организации расширенного воспроизводства услуг с помощью таких форм, методов и рычагов, которые гарантируют наиболее полное удовлетворение потребностей населения страны в соответствующих услугах (см. рис. 1).

Так как на рынке услуг четко выделяются два условных макроагрегата — спросовые виды услуг, потребление которых формируется по рыночному механизму, и регламентированные услуги (транспортные, жилищно-коммунальные и др.), то в полной мере регулирование механизма рыночной самоорганизации сферы услуг невозможно. Кроме того, для формирования эффективного экономического механизма устойчивого развития данной сферы требуется создать ряд необходимых предпосылок:



Рис. 1. Экономический механизм регулирования сферы услуг

- особая социально-культурная среда в виде атмосферы обновления и подъема отраслей услуг;
- мобилизация эффективных движущих сил для подъема экономики сферы услуг;
- гибкое реагирование структурных, технологических и социальных источников повышения эффективности сферы услуг на изменения внешних условий;
- повышенное начальное внимание государства к трансформации сферы услуг с целью дачи импульса внутренним факторам развития системы.

Вопрос об эффективном регулировании в рыночной экономике такой значимой сферы деятельности, как сфера услуг, имеет особо важное значение для государства, поскольку частные предприниматели осваивают, в основном, те секторы рынка, которые нацелены на обслуживание высокодоходных слоев населения [1—3; 5; 6; 11].

В экономической теории сущность и необходимость государственного регулирования рыночных процессов трактуются по-разному. В настоящее время нет единого мнения по этому вопросу, а в рамках известных научных школ сформировалось несколько базовых теорий государственного вмешательства в экономику, которые по-разному определяют цели, задачи, формы и методы государственного воздействия на функционирование развития рыночных процессов в сфере услуг.

Общепризнано, что наиболее эффективной для сферы услуг концепцией регулирования является теория, разработанная Дж.М. Кейнсом, который первым

признал необходимость государственного регулирования экономики, обобщая опыт антикризисной экономической политики в США и странах Европы. С тех пор его концепция претерпела множество изменений.

В работах Дж. Гелбрейта, Д. Белла, Д. Норта и других ученых развито институциональное направление экономической теории. Продуктивными для государственного регулирования сферы услуг являются следующие особенности институциональной теории [9; 12; 16]:

- переход от неоклассических ортодоксальных представлений к анализу неравновесий, обусловленных историческими особенностями и традициями страны;
- признание необходимости реформ, преобразующих индустриальное общество в постиндустриальное на основе активной государственной политики;
- рассмотрение в качестве экономического субъекта не абстрактного индивида, а действующей в исторических условиях совокупности социально-экономических правил, над которыми индивиды и их группы не властны.

Под регулированием развития сферы услуг мы понимаем комплекс мер, инструментов и рычагов, воздействующих на экономические процессы и поведение агентов хозяйственной деятельности, предпринимаемых органами государственной власти и управления в тесном взаимодействии с общественными организациями потребителей в целях обеспечения сбалансированного и устойчивого развития этой сферы, ее адаптации к изменяющимся условиям. Это регулирование реали-



**Рис. 2. Механизм регулирования развития сферы услуг (функциональное содержание)**

зуется посредством законов, указов главы государства, нормативных актов правительства, государственных целевых программ, текущих оперативных распоряжений и решений государственных органов (рис. 2).

Государство прямо или косвенно финансирует ряд отраслей услуг. Масштабы государственного финансирования во многом определяют состояние материально-технической базы и интенсификацию производства в учреждениях образования и здравоохранения, организациях, связанных с охраной окружающей среды, и др.

Через прямое финансирование, налоговую и патентную политику правительство влияет на характер научных исследований и обеспечивает должный уровень исследований межотраслевого и фундаментального направлений. Преимущественно государственное финансирование имеют отрасли инфраструктуры: автодорожное строительство, основные виды коммунального обслуживания, строительство каналов и портовых сооружений, почтовая служба, оборона, внутренний правопорядок, государственное управление [15, с. 32—37].

По мнению автора, среди важнейших целей государственного регулирования социально-экономических процессов в сфере услуг можно выделить: обеспечение прогрессивных сдвигов в отраслевой структуре и темпах их развития; создание условий для добросовестной конкуренции; стимулирование развития предпринимательства в сфере услуг, в том числе малого бизнеса; обеспечение оптимального соотношения частного и общественного секторов в производстве и предоставлении услуг; наращивание экспортного потенциала услуг.

Д. Стиглиц в своей работе "Экономическая роль государства" писал: "Принимая решение о государственном вмешательстве, необходимо решить следующие альтернативы: а) государственное производство или

государственное обеспечение с использованием частных производителей; б) прямой контроль (связанный с государственным производством) или косвенный контроль (через регулирование или конкуренцию со стороны госпредприятий)" [21, с. 41].

Для услуговых видов деятельности, в которых всегда выделяются три блока (услуги как чисто общественные блага; услуги естественных монополий; услуги как частные блага), обуславливающие специфику государственного регулирования, указанные Д. Стиглицем альтернативы особенно значимы. Их взвешенный выбор во многом определяет уровень социально-экономической эффективности национального хозяйства.

Отметим, что, хотя основные направления государственного воздействия на функционирование и развитие сферы услуг одни и те же для разных стран, его задачи, масштабы и возможности различаются в зависимости, во-первых, от конкретно-исторических условий, во-вторых, от фазы экономического цикла, в-третьих, от степени развития той или иной страны и ее экономической модели.

Во многих экономически развитых странах эффективно действуют контрактные системы, важным объектом которых являются услуговые виды деятельности. Примером выступает Федеральная контрактная система (ФСК) США, которая постоянно совершенствуется [19, с. 289; 20].

Государство выступает производителем и регулятором масштабов общественных благ. По мнению Ж.Н. Карфантана, сегодня гораздо больше, чем когда бы то ни было, государство должно обеспечивать развитие коллективных услуг, способствующих повышению качества социальной среды, являющейся фактором динамики и эффективности. Развитие образования и профессиональной подготовки, обеспечение коллективной безопасности, оснащение территорий, социальная защита, крупные работы по развитию инфраструктуры —

все это относится к сфере государственных забот и сопровождает процесс модернизации. При этом важную роль играют меры воздействия государства на величину спроса и предложения услуг с помощью субсидирования - потребителей на целевой основе и производителей услуг [22, с. 147].

Участие государства в обеспечении граждан общественными благами, как подчеркивают специалисты, не сводится к непосредственному производству указанных благ. Компенсация рыночного недопроизводства общественных благ может осуществляться также посредством дотирования из государственного бюджета как потребителей, так и частных производителей общественных благ.

Практически для всех стран проблема производства социально значимых благ весьма остра и пока до конца не решена, так как чрезмерное расширение или сокращение государственного производства таких благ вызывает снижение социально-экономической эффективности и имеет долгосрочные негативные последствия. В результате актуализируется проблема государственного предпринимательства, в том числе в usługовых видах деятельности, поскольку оно в настоящее время является одной из важнейших форм воздействия государства на экономику и результативность ее функционирования. В то же время опыт развитых стран показывает, что даже общественный характер благ не является достаточным основанием для того, чтобы обязанности по его производству брало на себя государство: оно может финансировать их производство, но не участвовать в нем непосредственно [14, с. 9—10; 17, 18].

В основе мер регулирования внутреннего рынка услуг лежат политические, экономические и социальные интересы страны. Среди них: занятость собственной рабочей силы, поддержка местных предпринимателей в ключевых сферах услуг, стимулирование роста внутренних капиталовложений и сохранение национальных культурных ценностей. Правительство страны стимулирует также повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке национальных отраслей услуг посредством предоставления субсидий, льготных кредитов, льготного налогообложения.

Все большее значение в современной экономике приобретает корпоративное регулирование рыночных процессов. Рост масштабов общественного производства, глобализация рынка привели к созданию мощных корпораций, контролирующих колоссальные объемы продаж различного вида услуг. Фирменные сети таких компаний, как McDonalds, Bazarstore, IKEA, Hilton, Adidas и др., имеются практически во всех странах мира. В странах с развитой экономикой крупнейшие компании сконцентрировали в своих руках до 40% объемов продаж потребительских товаров и услуг. Их удельный вес в инвестициях на развитие материально-технической базы сферы услуг достигает 50%.

В настоящее время важное место среди форм рыночного регулирования сектора услуг занимает стратегический маркетинг, который включает не только маркетинг предприятий, но и макромаркетинг, в т.ч. государственный маркетинг, базирующийся на государственной контрактной системе, управлении государ-

ственными и муниципальными заказами. За последние годы вышел ряд зарубежных монографий по теории и технологии стратегического маркетинга услуг, особенностям отношений агентов и клиентов в этом секторе, методам исследования спроса и предложения услуг, в т.ч. публичных услуг, контролируемых государством. В них исследуется новая парадигма маркетинга на базе современных информационных технологий, позволяющих с помощью государства и новых методов анализа данных прогнозировать сдвиги в поведении потребителей, устойчивости клиентской базы и развитии техники.

Функцией маркетинга становится не только изучение, формирование и развитие спроса в условиях постоянно меняющихся запросов различных групп покупателей, но и анализ внешней среды деятельности предприятия, согласование производственных программ участников сети, анализ потенциальных возможностей развития производства, структуры спроса потребителей, планирования и организации стимулирования товародвижения и сбыта, ценообразования, а также соблюдения технологических и экологических норм при производстве, распределении и потреблении товара [13].

Современные информационные технологии и развитие гибких компьютеризированных систем, используемых для производства и управления в самых различных отраслях, расширяет диапазон осязаемых услуг. Маркетинг услуг при этом направлен на создание спроса, т.е. на то, чтобы предлагаемая продукция стала известной потенциальным клиентам, вызвала у них интерес путем разъяснения преимуществ, которые они могут получить от использования услуги.

Опыт государственного регулирования был различным, но общим являются его составляющие: субъекты и объекты регулирования, цели, средства и наличие определенно отличных этапов для разных уровней развития государственной экономической политики и рыночных отношений. Так, к субъектам государственного регулирования на рынке услуг можно отнести различные по доходам социальные группы населения, а также производителей услуг, дифференцированных по формам собственности. Исполнителем является государство и три ветви его власти — центральная, региональная и местная.

К объектам регулирования относятся социально-экономические процессы, отрасли сферы услуг, структура услуг, их воспроизводственный цикл, условия инвестирования, цены и тарифы на услуги, уровень государственных компенсаций и дотаций, социальных пособий, налогообложения и др.

Средства государственного регулирования могут быть самыми различными, и их выбор зависит от конкретной ситуации на рынке услуг. Опыт развитых стран показывает высокую эффективность прямого государственного регулирования производства услуг средствами государственного бюджета. Хорошо зарекомендовали себя в этой области государственный заказ, регулирование налогов, льготы для развития предпринимательства, регулирование ценообразования и стимулирующие меры. Нельзя не сказать также о необходимо-

**Таблица 1. Классификация методов и механизмов регулирования в отраслях услуг органами государственной власти и местного самоуправления**

Прямое регулирование	Косвенное регулирование
Бюджетно-финансовое	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Предоставление бюджетного кредита</li> <li>▪ Предоставление субсидий и субвенций из местного бюджета и внебюджетных фондов</li> <li>▪ Разработка, утверждение и финансирование инвестиционных проектов</li> <li>▪ Размещение на конкурсной основе бюджетных средств для финансирования инвестиционных проектов</li> <li>▪ Предоставление муниципальных грантов</li> <li>▪ Формирование и размещение муниципальных заказов</li> <li>▪ Выпуск и размещение муниципальных займов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Льготы по уплате местных налогов</li> <li>▪ Кредитные льготы</li> <li>▪ Учетная ставка и сроки</li> <li>▪ Налоговые кредиты отсрочки и рассрочки по уплате налогов иных обязательных платежей в местные бюджеты</li> <li>▪ Лишение льгот</li> <li>▪ Гарантии по поручительствам и займам</li> <li>▪ Инициирование процедуры банкротства</li> </ul>
Имущественное	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Продажа или сдача в аренду помещений или строений</li> <li>▪ Расторжение договора аренды</li> <li>▪ Вовлечение в инвестиционный процесс временно приостановленных и законсервированных строек и объектов, находящихся в муниципальной собственности</li> <li>▪ Предоставление в пользование природных ресурсов</li> <li>▪ Разрешение на отвод (изъятие) земельного участка</li> <li>▪ Выдача (отзыв) актов на право пользования земельным участком</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Предоставление льготных условий пользования землей и другими природными ресурсами, находящимися в муниципальной собственности</li> <li>▪ Создание местных зон хозяйственного освоения</li> <li>▪ Контроль через муниципальные отделы торговли, строительства, архитектуры</li> <li>▪ Устранение ограничений на хозяйственную деятельность в случаях, предусмотренных законодательством</li> <li>▪ Обращение в прокуратуру</li> </ul>
Организационно-правовое	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Проведение экспертизы инвестиционных проектов</li> <li>▪ Предоставление гарантий</li> <li>▪ Координация деятельности контролирующих органов</li> <li>▪ Инициирование экологической экспертизы объектов хозяйственной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Мероприятия по рекламе местных производств</li> <li>▪ Оказание помощи профессиональной подготовке, обучение кадров</li> <li>▪ Контроль наличия лицензий у хозяйствующих субъектов</li> </ul>

сти координации усилий производителей услуг посредством государственного программирования.

Государственный заказ-форма прямого государственного регулирования хозяйственных связей. Выгодность государственного заказа для производителя услуг обеспечивается: договорной ценой; материальными ресурсами в пределах номенклатуры продукции, по которой размещаются государственные заказы, в объемах, определенных генеральным соглашением; льготами по налогу на прибыль [14, с. 23—24].

Регулирование развития рынков услуг следует рассматривать как систему взаимодействий на этих рынках трех субъектов регулирования: государства, общественных объединений, предпринимателей и потребителей в целях обеспечения сбалансированного и устойчивого развития системы рынков и ее адаптации к изменяющимся условиям. В этой системе двум последним субъектам регулирования, помимо решения ими проблем достижения собственных целей на современном этапе, могут быть предназначены функции содействия государству в создании благоприятных условий в сфере услуг, в частности, делегированы некоторые государственные регулирующие функции. Так, сообщества предпринимателей в сфере услуг могут способствовать выработке правил поведения на рынке с целью предупреждения его дезорганизации; решению вопросов координации отдельных сфер деятельности частного бизнеса; изучению характера сферы услуг, его конъюнктуры и возможностей привлечения новых покупателей; контролю за добросовестностью конкуренции, особенно корпораций-производителей, повышению профессионального уровня предпринимателей и др.

Для общественных объединений потребителей важными направлениями деятельности становятся следующие: контроль за качеством оказываемых населению

услуг; удовлетворение потребностей основных социальных групп населения (в том числе малоимущих) в дешевых, но жизненно важных для них услугах; обеспечение занятости граждан посредством использования возможностей сферы услуг; анализ и учет при размещении предприятий сферы услуг мест расселения и приложения труда [7; 8; 10].

Очевидно, что масштабы деятельности указанных субъектов регулирования различны в связи с неодинаковыми экономическими, в том числе финансовыми, ресурсными, правовыми возможностями каждого из них. Наибольшим потенциалом, естественно, располагает государство, но как бы то ни было, включение в процесс регулирования новых субъектов — общественных организаций предпринимателей и потребителей — может внести качественные изменения в функционирование рынка услуг.

Современная практика показывает, что регулирование рыночных процессов, в том числе на рынке услуг, в сущности означает управление интересами производителей и потребителей услуг, и именно через их интересы. Однако, если интересы производителей в общих чертах одинаковы, то интересы потребителей, связанные, прежде всего, с качеством услуг, их ассортиментом и ценой, существенно различаются.

Научно-технический прогресс, информатизация, развитие новых технологий, социальная дифференциация общества ведут к углублению различий в интересах различных слоев и групп населения, отдельных личностей. Общественный прогресс делает спектр интересов экономических агентов несравнимо более широким, чем раньше, усложняет достижение равновесия между ними. В этих условиях государственное регулирование как механизм балансировки и приведения интересов экономических агентов к общему знаменателю нужда-

ется в дополнении новыми общественными институтами, оказывающими регулирующее воздействие на рынки услуг в целях обеспечения согласования интересов всех участников рынка: государства, производителей услуг и их потребителей (табл. 1).

Часто то или иное государство разрабатывает целую систему специальных мер по регулированию фундаментальных для национальной экономики отраслей сферы услуг. Например, типичным является установление определенных рамок для деятельности иностранных компаний на внутреннем рынке услуг. Во многих странах практика прямого ограничения или запрета на импорт определенных услуг имеет широкое распространение. Немало государств, в которых законодательство запрещает создание филиалов банков, трастовых, страховых и иных иностранных сервисных структур. В тех случаях, когда создавать филиалы иностранным производителям услуг не запрещено, национальное законодательство может существенно ограничить перечень услуг, которые могут быть оказаны местным потребителям.

В большинстве государств популярно законодательное требование, суть которого в том, что все импортные грузы должны страховаться только местными страховыми компаниями. Излишний протекционизм отечественных производителей услуг почти всегда ведет к завышению тарифов, которое, в конечном счете, всегда перекладывается на потребителей. Тем не менее, государственное вмешательство властей в сферу услуг должно осуществляться через стимулирование развития данной сферы, эффективное использование бюджетно-финансовых механизмов регулирования, создание благоприятных институциональных и воспроизводственных условий для проявления частной инициативы, ответственности и предпринимательства во всех отраслях сферы услуг, осуществление социальных инвестиций, регламентацию бюджетных процессов. Следует также отметить, что государство, в лице центральных и местных органов власти является самым крупным потребителем услуг, необходимых для отправления производительных (экономических) и социальных функций.

В заключении необходимо сказать, что в силу природы услуг третичный сектор экономики развивается, в первую очередь, за счет мелких и средних сервисных структур. Возникновение на отраслевых и территориальных рынках крупного производителя услуг — довольно редкое событие. Оно чаще происходит там, где функционирует разнообразное и многочисленное корпоративное сообщество, в рамках которого благодаря ожесточенной конкуренции накапливается опыт, создаются стандарты мирового уровня, разрабатывается широкий спектр услуг. Следовательно, только при условии, что создание новых фирм облегчено и желательно, а поддержание конкуренции и невмешательство в рыночные процессы сферы услуг является устойчивой государственной политикой, возможно успешное развитие этой сферы.

Сфера услуг — самая сегментированная область экономики. Она имеет наибольшее количество технологических и территориальных ниш. Если государственное регулирование сдерживает внедрение новой техни-

ки и технологий, замедляет развитие или блокирует возникновение новых видов услуг, возводит барьеры для консолидации отдельных, самостоятельных проявлений сервиса в общенациональные отрасли и рынки, подавляет конкуренцию с иностранными поставщиками услуг, то это, в итоге, наносит ущерб не только сфере услуг, но и всей экономике в целом.

Практика показывает, что запретительные методы государственного регулирования — самые несложные и спокойные, но не перспективные и, в конечном счете, не выгодные. Лишь в той среде, где можно действовать гибко и оперативно, путем эволюции возможно производство конкурентоспособных услуг.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, можно заключить, что государство, даже в экономически высокоразвитых странах, неспособно самостоятельно регулировать и управлять гетерогенной сферой услуг. Широко признается неэффективность государственных учреждений, функционирующих в этой сфере. В число отраслей сферы услуг, где частная инициатива должна быть наиболее широко распространена, входят жилищно-коммунальное хозяйство, связь, бытовое обслуживание. Частная инициатива способна не только улучшить обслуживание, снизить стоимость услуг, повысить их качество, но и содействовать интернационализации сферы услуг. Кроме того, необходимо иметь в виду, что, если в стране ведущая роль в развитии сферы услуг принадлежит государству, то она рискует попасть в число аутсайдеров и в лучшем случае займет скромное место на международном рынке. При этом населению придется довольствоваться услугами не самого высокого качества.

### Литература:

1. Материалы научнопрактической конференции "Модернизация национальной экономики: современное положение и перспективы". — Баку: Институт экономики НАНА, 2011.
2. Мурадов Ш.М. Человеческий потенциал: основные тенденции, реалии, проблемы. — Баку: Елм, 2004. — 660 с.
3. Рахманов Ф.П. Проблемы регулирования социальной инфраструктуры. — Баку: Гянджлик, 2004. — 304 с.
4. Васильев Д.В. Концептуальные положения регулирования рынка услуг // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. — 2009. — № 4.
5. Васильев Д.В., Смирнов А.Ю. Повышение эффективности государственного регулирования предприятий сферы услуг. — Санкт-Петербург: СПбГУКиТ, 2009.
6. Горбунова М.Ю., Щетинина Е.Б. Социальные технологии и инновации в социальных сервисах. — Саратов: СГТУ, 2004.
7. Капицына И. В. Зарубежный и российский опыт формирования механизма государственной поддержки некоммерческого сектора сферы услуг. — Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2007. — 231 с.
8. Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг: руководство по повышению конкурентоспособности. — Санкт-Петербург: Вектор, 2006.

9. Курочкина А.Ю. Управление качеством в организациях сферы услуг. — Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2009. — 200 с.
10. Моисеев В.В. Социальная политика России: монография. — Орел: АПЛИТ, 2010. — 347 с.
11. Найденов В.И. Прогнозирование и моделирование национальной экономики. — Москва: Приор, 2004.
12. Национальная экономика в условиях глобализации. — Москва: Магистр, 2007. — 429 с.
13. Пациорковский В. Рынок потребительских услуг. — Москва: ИСЭПН РАН, 2006. — 91 с.
14. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. — Санкт-Петербург: Питер, 2000. — 160 с.
15. Петренко В.А. Государственная поддержка становления малого предпринимательства на региональном уровне // Вопросы экономики. — 2005. — № 2.
16. Повышение эффективности бюджетных расходов. — Москва: Дело, 2009. — 517 с.
17. Римашевская. Н.М. Человек и реформы: Секреты выживания. — Москва: РИЦ ИСЭПН, 2003. — 392 с.
18. Чапек В.Н. Экономика микробизнеса: Состояние. Резервы. Стратегия развития. — Ростов-на-Дону: РГЭУ, 2004.
19. Янченко В.Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно-логистический подход. — Санкт-Петербург: РГПУ им. А.И. Герцена, 2001. — 352 с.
20. Berry L.L., Parasuraman A. Marketing Services. — New York: Free Press, 1991.
21. Stiglitz J.E. On the economic role of the state. — Oxford, UK Cambridge, Massachusetts, USA: Wiley-Blackwell, 1989.
22. Бгане Ю.К. Социальная значимость и экономическая эффективность реализации инвестиционного потенциала сферы потребительских услуг в современной России. — Москва: АТИСО, 2012. — 139 с.
- References:
1. Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii [Proceedings of the Scientific and Practical Conference] (2011), "Modernizacija nacional'noj jekonomiki: sovremennoe polozhenie i perspektivy" ["Modernization of the national economy: current situation and prospects]. Institute of Economics of NASA, Baku, Azerbaijan.
2. Muradov, Sh.M. (2004), Chelovecheskij potencial: osnovnye tendencii, realii, problemy [Human potential: the main trends, realities, problems], Elm, Baku, Azerbaijan, 660 p.
3. Rahmanov, F.P. (2004), Problemy regulirovanija social'noj infrastruktury. [Problems of regulation of social infrastructure], Gjandzhlik, Baku, Azerbaijan, 304 p.
4. Vasil'ev, D.V. (2009), "Conceptual Positions of Regulation of the Market of Services", Vestnik Chuvashskogo universiteta. Gumanitarnye nauki, vol. 4, pp. 377—381.
5. Vasil'ev, D.V. Smirnov, A.Ju. (2009), Povyszenie jeffektivnosti gosudarstvennogo regulirovanija predpriyatij sfery uslug [Improving the efficiency of state regulation of service industries], SPbGUKiT, Sankt-Peterburg, Russia.
6. Gorbunova, M.Ju. Shhetinina, E.B. (2004), Social'nye tehnologii i innovacii v social'nyh servisah [Social technologies and innovations in social services], SGTU, Saratov, Russia.
7. Kapicyna, I. V. (2007), Zarubezhnyj i rossijskij opyt formirovanija mehanizma gosudarstvennoj podderzhki nekommercheskogo sektora sfery uslug [Russian and foreign experience of formation mechanism of state support for non-commercial service sector], SPbGUJeF, Sankt-Peterburg, Russia, 231 p.
8. Kulibanova, V.V. (2006), Marketing servisnyh uslug: rukovodstvo po povysheniju konkurentosposobnosti [Marketing services: a guide to improve competitiveness], Vektor, Sankt-Peterburg, Russia.
9. Kurochkina, A.Ju. (2009), Upravlenie kachestvom v organizacijah sfery uslug [Quality management in service organizations], SPbGUJeF, Sankt-Peterburg, Russia, 200 p.
10. Moiseev, V.V. (2010), Social'naja politika Rossii: monografija [Social Policy in Russia: Monograph], APLIT, Orel, Russia, 347 p.
11. Najdenkov, V.I. (2004), Prognozirovanie i modelirovanie nacional'noj jekonomiki [Forecasting and modeling of the national economy], Prior, Moskva, Russia.
12. Nacional'naja jekonomika v uslovijah globalizacii (2007), [The national economy in the context of globalization], Magistr, Moskva, Russia, 429 p.
13. Paciorkovskij, V. (2006), Rynok potrebitel'skih uslug [Market of consumer services], ISJePN RAN, Moskva, Russia, 91 p.
14. Pesockaja, E.V. (2000), Marketing uslug [Marketing of services], Piter, Sankt-Peterburg, Russia, 2000, 160 p.
15. Petrenko, V.A. (2005), "State support for the formation of small businesses at the regional level", Voprosy jekonomiki, vol. 2.
16. Povyszenie jeffektivnosti bjudzhetnyh rashodov (2009), [Improving the efficiency of budget spending], Delo, Moskva, Russia, 517 p.
17. Rimashevskaja, N.M. (2003), Chelovek i reformy: Sekrety vyzhivaniya [Man and reform: secrets of survival], RIC ISJePN, Moskva, Russia, 392 p.
18. Chapek, V.N. (2004), Jekonomika mikrobiznesa: Sostojanie. Rezervy. Strategija razvitija [Economics of Microbusiness: State. Reserves. Development strategy], RGJeU, Rostov-na-Donu, Russia.
19. Janchenko, V.F. (2001), Upravlenie kachestvom v sfere uslug. Sistemno-logisticheskij podhod [Quality management in the service sector. System-logistic approach.], RGPU im. A.I. Gercena, Sankt-Peterburg, Russia, 352 p.
20. Berry, L.L. Parasuraman, A. (1991), Marketing Services Free Press, New York, USA.
21. Stiglitz, J.E. (1989), On the economic role of the state, Wiley-Blackwell, Oxford, UK Cambridge, Massachusetts, USA.
22. Bgane, Ju.K. (2012), Social'naja znachimost' i jekonomicheskaja jeffektivnost' realizacii investicionnogo potenciala sfery potrebitel'skih uslug v sovremennoj Rossii [Social significance and economic efficiency of the implementation of the investment potential of the sphere of consumer services in modern Russia], ATISO, Moskva, Russia, 139 p.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2015 р.