

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЛУГ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Проникать на другие рынки с услугами гораздо сложнее, чем с товарами. Установление контроля над новейшими сферами услуг в области банковского дела, телекоммуникаций, информации и другими ключевыми услугами, посредством которых осуществляется управление современным производством, может представлять угрозу национальному суверенитету, именно поэтому все страны разрабатывают меры регулирования сферы услуг.

Выделяют 6 основных направлений национального регулирования.

1. Меры по ограничению операций с иностранной валютой в целях улучшения состояния платежного баланса страны: определенные правила обмена валюты, ограничение сумм, вывозимых за границу, отсрочка платежей в иностранной валюте.

2. Система государственных закупок, направленная на расширение потребления услуг национального производства – транспорт, связь и т. д.

3. Правительственное стимулирование развития национальных отраслей услуг путем предоставления льгот в целях повышения их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке – субсидии, льготные кредиты, льготное налогообложение. Это может быть морской и авиационный транспорт, кинопромышленность и т. д. Например, использование национального тоннажа часто стимулируется предоставлением грузоотправителю налоговых и таможенных льгот; в договорах, заключаемых на государственном уровне, может присутствовать требование обязательной доставки грузов национальным транспортом.

4. Меры, ограничивающие прямые иностранные капиталовложения в интересах укрепления национальных отраслей экономики, в том числе определенных отраслей услуг – страхование, банковское дело, реклама, бухгалтерский учет, кинопрокат и т. д.

5. Ограничения по найму иностранных граждан иностранными фирмами. Законодательства ряда стран, регулирующие деятельность банков и страховых фирм, часто содержат оговорку о том, что руководящие посты в иностранных фирмах должны занимать граждане принимающей страны.

6. Дифференцированное налогообложение иностранных предприятий. Филиалы иностранных фирм могут облагаться более высокими налогами, чем местные предприятия.

Рынок основан на системе экономических стимулов и санкций, которые исходят не от некоторого его руководящего органа, а от самого потребителя. Потребитель «голосует» своим рублем за и против данного товара, тем самым признавая или отрицая общественную значимость заключенного в нем труда. Рынок, как свидетельствует мировая практика, оказался наиболее гибкой и эффективной экономической системой, способной перестраиваться, приспосабливаться к изменяющимся внутренним и внешним условиям. Он представляет собой способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.[1]

Рынок имеет преимущества, которые состоят в следующем:

- рынок играет важнейшую положительную роль в структуре экономики, а также обеспечивает своим субъектам реальную свободу;
- рынок формирует «экономического человека», а не «административного», лишённого всякой инициативы человека;
- рынок создает постоянно действующие стимулы для повышения эффективности производства;
- рынок устанавливает строгую зависимость между реальным вкладом в создание продукта труда и размером получаемого дохода;
- рынок – это саморегулирующаяся система, способная удовлетворять потребности во благах и услугах на более высоком уровне;
- рынок базируется на принципе экономической целесообразности, производства (достижении максимальных результатов при минимальных затратах);
- рынок гарантирует общественную оценку результатов труда обособленных производителей.

Недостатки рынка:

- не обеспечены правовые и общественные институты;
- отсутствие гарантий права на труд и доход;
- незаинтересованность в создании и развитии общественных товаров (все виды транспорта, просвещение);
- не способствует сохранности невозпроизводимых ресурсов, принадлежащих обществу;
- не в состоянии обеспечить стратегические задачи в области науки и техники;
- отсутствие механизма защиты окружающей среды.

Таким образом, рынок сферы услуг имеет свои определенные особенности по сравнению с рынком товаров, но при этом его функции аналогичны функциям любого рынка.

Рыночные преобразования в сфере услуг сопровождаются переходом ряда традиционно бесплатных услуг в разряд оплачиваемых или с точки зрения макроэкономической терминологии – нерыночных услуг в рыночные. Это явление распространено в сфере здравоохранения, физической культуры и социального обеспечения, образования, культуры и искусства, жилищно-коммунального хозяйства.

Объем потребления населением нерыночных услуг в стоимостном выражении характеризует расходы на конечное потребление государственных учреждений и некоммерческих организаций, оказывающих эти услуги.

На протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики

Ускоренная динамика производства услуг в большинстве стран мира определялась, прежде всего, увеличением объемов их промежуточного и конечного потребления. В результате в мировой экономике наблюдался постоянный рост доли сферы услуг в совокупном ВВП.[2]

Услуги являются второй составной частью счета текущих операций после товаров.

Международная торговля услугами тесно взаимосвязана с процессом их производства, поскольку сам процесс производства услуг подразумевает участие обеих сторон – резидента и нерезидента.

Список используемых источников

1. Савицкая Г.Я. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / Г.Я. Савицкая. – Мн.: Амалфея, 2007. – 800 с.
2. Экономика предприятия: учебное пособие / Э.В. Крум [и др.]; под общ. ред. Э.В. Крум, Т.В. Елецких. – Минск: Выш. шк., 2008. – 318 с.