

Секция: PR, реклама и маркетинг

Стаханов Дмитрий Викторович
профессор кафедры Экономики и
предпринимательства
Таганрогский институт
имени А.П.Чехова
г.Таганрог, Россия

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ УСЛУГ АДМИНИСТРАЦИИ ПУБЛИЧНОЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ

Традиционное деление экономики в индустриальном обществе на производственную и непроизводственную сферы в постиндустриальном обществе дополняется так называемым третичным сектором, т.е. сферой услуг, которая по своей значимости в экономически развитых странах сегодня не уступает отраслям материального производства. Сфера услуг - сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами.

В Российской Федерации оказание услуг регламентируется Гражданским кодексом, Налоговым кодексом, Федеральным законом «О защите прав потребителей» и др. Согласно статьи 2 Федерального закона РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности», услугами признаётся «предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений»[1].

Нередко оценки роли и значения сферы услуг в современной экономике расходятся из-за различий в понимании экономической природы услуг и сфер их распространения, например:

- услуги - действия, направленные непосредственно на потребителя;
- услуги - виды деятельности, в процессе выполнения которых не

создается новый материально-вещественный продукт, но изменяется качество имеющегося продукта;

- услуги - блага, предоставляемые в форме деятельности;
- услуги (в экономической теории) - товары, которые могут производиться, передаваться и потребляться одновременно;
- услуги - кратковременное пользование материальным благом без права безвременного владения им;
- услуга характеризуется неосязаемостью, несохраняемостью, непостоянством качества и неотделимостью от источника [2].

Таким образом, услуги предприятия так же, как и физический продукт, являются реакцией производителя на запросы рынка и, следовательно, имеют свою потребительскую стоимость. Это предопределяет их товарный характер, который выражается в способности удовлетворить потребности людей с помощью их (услуг) приобретения, использования и потребления.

В свою очередь услуги администрации публичной (государственных органов) представляют собой один из крупных массивов производимого органами публичного управления организационно-деятельностного продукта (наряду с выполнением функций, в том числе регулирующей функции и обеспечением самовоспроизводства и функционирования)[3]. При этом, Государство в целом и органы публичной власти имеют одной из целей своего функционирования - обеспечение (достижение) социально-экономического оптимума. Как отмечает Жиль Гюльельми [4], достичь этого можно двумя основными способами: во-первых, изданием правовых норм, направленных на упорядочение общественных отношений, посредством установления определенных стандартов поведения, которые обеспечиваются угрозой наказания и гарантируются государством; во-вторых, путём предоставления определённых услуг, направленных на удовлетворение коллективных потребностей.

В соответствии с документами Европейского Союза, публичные услуги, в частности, как «услуги общего экономического интереса», представляющие собой экономическую деятельность, которую органы публичной власти определяют как имеющую особенно важное значение для граждан и которая не осуществлялась бы, если бы не имело место вмешательство со стороны публичного сектора [5].

С точки зрения общего определения, услуги представляют собой действия, процессы, в частности услуги администрации публичной, которые, на основе анализа экономической литературы по данной проблематике, можно разграничить по следующим функциональным характеристикам [6]:

1. Индивидуальный, адресный характер.
2. Заявительный характер предоставления (инициируется по обращению потребителя услуги в орган власти (учреждение));
3. Недискриминационный характер (то есть должна быть предоставлена при наличии установленных в нормативных правовых актах оснований любому пользователю услуги на всей территории Российской Федерации, обратившемуся за ее предоставлением, в заданный срок, с установленным качеством);
4. Предоставление безвозмездно или по регулируемым органами государственной власти ценам.

Отсюда очевидно, что услуги оказывают не только предприятия, специализирующиеся непосредственно на обслуживании клиентов, но и органы государственной власти (администрации публичной). Для последних функции обслуживания потребителей интегрированы в общий административно-управленческий процесс. «Важным отличием публичных услуг от иных видов услуг является то, что они (а также их перечень, формы предоставления, стандарты и нормативы) устанавливаются и вводятся нормативным правовым актом. Кроме того, в процессе

предоставления публичной услуги особую роль играют органы государственной власти и органы местного самоуправления, наделенные властными полномочиями по организации предоставления данных услуг в какой-либо сфере (или обеспечению гарантий предоставления этих услуг) и контроле соблюдения стандартов (в том числе качества) предоставляемых услуг»[6]. Успешная реализация функций государственной власти по предоставлению необходимых публичных и других видов услуг неразрывно связана с возможностью альтернативного выбора. Так, согласно теории свободы выбора правовой формы, разработанной немецкими учеными, при осуществлении государственного управления по предоставлению публичных услуг возможно использование как публично-правовых, так и частноправовых форм. Государственные органы власти вправе выбирать публичные либо частные организационные формы предоставления услуг потребителю [7]. Услуги существуют только в процессе их производства и потребляются (впитывается) вещью и/или человеком; процесс производства и потребления специфических полезностей, создание которых, как правило, не связано с изменением вещества природы и в то же время способно изменить полезность вещей и характер человеческой жизнедеятельности, что в полной мере относится к услугам администрации публичной и предприятий.

Литература

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». Действующая редакция от 13.07.2015 года, с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 24.07.2015 г.
2. Федеральный закон «О защите прав потребителя». Действующая редакция от 13.07.2015 года, с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 24.07.2015 г.
3. Понкин И.В. Понятие публичных услуг. Вестник Омского университета. Серия «Право». 2014.- №1(38). С. 134-138.
4. Guglielmi G.J. Une ntroduction au droit du service public. – URL:<http://www.guglielmi.fr/IMG/pdf/INTRODSP.pdf>.
5. Services of General Economic Interest: Opinion Prepared by the State Aid Group of EAGCP/State Aid Group of Economic Advisory Group on Competition Policy.–URL:<http://ec.europa.eu>
6. Старовойтов А.В. Публичные услуги в социальной сфере: понятие, виды, предоставление // <http://tgpo.tomsk.ru/analytics/43.htm>.
7. Публичные услуги и право: Научно-практическое пособие/Авт. кол.: О.В. Гутников, В.Н. Зенков, Н.А. Игнатюк и др.; Под ред. Ю. А. Тихомирова; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. - М.: Норма, 2007. - 416 с.