

# РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛУГ

УДК: 338

**Симон Оганнесович Искаджян**, аспирант кафедры Прикладной Математики, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)  
Тел.: 8 (925) 359-32-91  
Эл. почта: simon\_iskajyan@yahoo.com

В статье рассматривается роль государства в процессе формирования рыночных тарифов. Сфера услуг, в результате научно-технического прогресса, в отдельных странах обеспечивает около 80% ВВП, следовательно, государственное регулирование динамики тарифов считается необходимостью. Государство имеет три группы рычагов, с помощью которых вмешивается в рыночные процессы: кредитно-денежные, бюджетно-налоговые, административные. Каждый из этих факторов по-разному влияет на формирование тарифов, однако они считаются внешними факторами ценообразования и не всегда меняют рыночные процессы в нужном направлении.

*Ключевые слова:* тарифы, ценообразование, сфера услуг, государство, денежно-кредитная политика, бюджетно-налоговая политика, административные мер, контроль тарифов.

**Simon O. Iskajyan**, Post-graduate student, the Department of Applied Mathematics, Moscow State University Economics, Statistics and Informatics (MESI)  
Tel.: 8 (925) 359-32-91  
E-mail: simon\_iskajyan@yahoo.com

## THE ROLE OF GOVERNMENT IN THE SECTOR OF COMMERCIAL SERVICES IN PRICING PROCESS

The article deals with the role of the government in tariff design process. Due to advances in science and technology the sector of services provides more than 80% of GDP in several countries, thus the stable development of this sector is considered to be one of the most essential purposes. The state has three groups of tools through which it influences market processes: monetary, fiscal and administrative. Each group differently influences the tariff design process, but all of them are considered to be external factors of pricing and they are not always stable the market processes as it's needed.

*Keywords:* tariffs, pricing, service sector, government, monetary policy, fiscal policy, administrative measure, tariffs control.

## 1. Введение

Как известно, на всех этапах человеческого развития государство имело большое влияние на процесс ценообразования. Однако, эффективность такого вмешательства воспринимается неоднозначно со стороны экономистов и ученых. Существуют два равно противоположных мнения о необходимости и роли государственного управления ценами и рыночной средой в целом:

1. Государственное вмешательство не может быть эффективным, рынок самоорганизующаяся и самоуправляемая система, любое вмешательство извне в любом случае будет субъективным.

2. Необходимо управлять рынком и рыночными процессами, поскольку ее участники преследуют индивидуальные цели, которые во многих случаях могут превратиться в глобальные проблемы. Единственным институтом, который в состоянии обеспечить эффективное функционирование рыночной системы является государство, которое должно иметь прямое и монопольное влияние во всех сегментах рынка.

Представленные теории были эффективными в разных экономических эпохах, соответствовали требованиям данного этапа человеческого развития. Однако, в нынешней рыночной среде каждая из этих теорий в отдельности не может быть приемлемой, потому что это противоречит принципам рыночной экономики, таким как: право на частный капитал, свободная конкуренция, правовое равенство всех участников, объективное формирование рыночных цен.

Следовательно, говоря о роли государства в формировании рыночных цен, следует отметить, что государственный контроль, конечно, необходим, но должен учитывать принципы свободной конкуренции, уровень развития экономики в целом и ее отдельных секторов, присущие стране социальные и экономические проблемы.

Современную экономику невозможно представить без рынка услуг. По данным Всемирного Банка (TheWorldBank) 3/4 ВВП стран EU25 обеспечивают услуги: в частности во Франции 80%, в Бельгии 76%, в Великобритании 75%, в Швеции 71%, в Германии 70%, в Австрии 67% и т. д. [ФСГС, Россия и страны мира – 2012, Отраслевая структура ВВП, таб. 4.1]. Также высока доля услуг в ВВП США (76%) и Канады (67%). Среди стран СНГ, которые считаются развивающимися странами с переходными экономиками, рынок услуг развивается медленно и неустойчиво. Развивающимся странам характерна маленькая доля сферы услуг в структуре ВВП, однако, для стран СНГ к этому факту добавляется общая история капиталистического строя союза, когда на первом плане были промышленные отрасли экономики. Среди стран СНГ доля услуг в структуре ВВП только в России превышает 55% составляя 59%, а в остальных странах этот показатель колеблется в районе 48%. Таким образом сервисному сектору принадлежит около 83% всемирного ВВП, где доля западноевропейских и североамериканских стран составляет более 50%. Вместе с этим следует отметить существенное увеличение доли занятых в сфере услуг по сравнению с соответствующим значением для промышленного производства. Наиболее высокая доля занятого населения в сфере услуг в США (80%), Нидерландах (72%), Швеции (78%), Великобритании (79%), Канаде (75%), Франции (72%), Бельгии (74%), а среди стран EU27 65%. Среди стран СНГ занятость в сфере услуг превышает 60% в Украине (62%) и в России (65%) [ФСГС, Россия и страны мира – 2012, Распределение численности занятых в экономике по отраслям, таб. 3.3]. Таким образом, можно сказать, что для мировой экономики сфера услуг стала локомотивом развития.

## 2. Государственный контроль над формированием рыночных тарифов

Сфера услуг обеспечивает рост экономики в мире, а в отдельных странах является базой всей экономической структуры. Однако, рынок услуг своеобразный: сильно зависит от внешних факторов, геополитической и внутривнутриполитической ситуации, имеет ярко выраженную сегментацию. Именно поэтому во многих странах контроль и управление рынком услуг считается первоочередной задачей для правительства.

В большинстве стран государство берет под свой полный контроль формирование тарифов на услуги, которые имеют массовый и стабильный спрос. Также на определенные услуги государство может временно ввести необходимый контроль, исходя из социально-экономической обстановки страны или отдельного региона. Для изучения особенностей влияния государства на формирование тарифов, следует рассмотреть два уровня влияния государства:

– Полный контроль ценообразования, что характерно для сфер, которые имеют стратегическое значение в экономике, такие как услуги ЖКХ, услуги пассажирского транспорта, телекоммуникационные услуги, услуги связи, медицинские услуги, услуги финансово-банковской сферы, в системе образования, культуры. Для того, чтобы контролировать тарифы, государство может быть монопольным поставщиком услуги, иметь весомое положение в пакете акций компаний, предоставляющих монопольные услуги. А также может предоставить рынку возможность самоорганизации по принципу конкуренции, но контролировать динамику тарифов и при необходимости вмешиваться в процесс ценообразования с целью стабилизации рынка.

– Необходимый контроль ценообразования, что характерно для основной части сферы услуг, таких как грузовые перевозки, жилищные, туристические услуги. Как показывают последние развития в экономиках развитых стран, следует контролировать динамику тарифов в сфере услуг «нового поколения»: услуги правового характера, финансовые, маркетинговые, управленческие, бухгалтерско-аудиторские, информационные, консалтинговые. В данных сферах, государство является гарантом действия рыночных условий конкуренции, следит за равномерным развитием всех секторов отрасли.

Предпринимаемые шаги со стороны государства имеют две цели: стимулирование или сдерживание рынка. Циклическое развитие экономики предполагает 4 этапа развития: спад, дно, подъем, пик. На каждом из этих этапов государство должно реагировать соответствующим образом: стимулировать во время спада и сдерживать во время развития. Однако рынок услуг очень чувствительный, как волны спада, так и подъема проходят очень быстро

и в этом контексте искажаются все принципы рыночного ценообразования. Следовательно, роль государства состоит в сглаживании побочных эффектов подъема или спада экономики.

Как уже было отмечено, сфера услуг хорошо развита в развитых странах. По сколку именно развитым странам принадлежит основной объем мирового ВВП, а в этих странах экономика основана на рынке услуг, нынешнюю экономику планеты можно с уверенностью назвать сервисной. Учитывая уровень глобализации мировой экономики, необходимо отметить, что фаза спада циклического развития рынка может затормозить развитие не только в конкретной стране с развитой формой рыночных взаимоотношений, но и, как правило, переведет к спадам в других взаимосвязанных странах. Если с сильными экономиками и развитыми инфоструктурами государства могут, используя свой потенциал, преодолеть кризис и перейти в этап развития с минимальными потерями, то для зависимых от международных экономики развивающихся государств, без соответствующей воли и амбиций управляющих структур экономика страны может оказаться в стагнированной ситуации, выйти из которого довольно сложно. Исходя из сказанного, можно сделать определенный вывод: управление и направление ценообразования и другие рыночные процессы в нужном направлении со стороны государства является крайней необходимостью.

Для того, чтобы контролировать рыночные тарифы, влиять на их динамику, государство может использовать следующие методы:

– Экономический метод, который представляет собой определенную группу экономических инструментов, которые имеют рыночную сущность и измеряются с помощью конкретных макроэкономических показателей.

– Не экономический метод, который представляет собой группу инструментов, которые не имеют рыночную сущность, однако их влияние на экономику можно измерить с помощью макроэкономических показателей.

Каждый из представленных методов имеет свою важную роль в стратегии управления ценообразованием. Не смотря на то, что цель этих методов воздействия считается сглаживание нежелательных процессов на рынке, каждый из них имеет свои особенности, влияет на формирование и

динамику тарифов своеобразно. Для того, чтобы оценить эффективность экономического и не экономического метода воздействия на тарифы, следует рассмотреть их среду и составляющие.

### 3. Экономический метод управления рыночными тарифами.

Экономический метод воздействия представляет собой меры, которые позволяют управляющим структурам государства в рамках рыночной конкуренции, привести динамику тарифов и процесс ее формирования в необходимые для устойчивого развития экономики русла. Для изучения значимости экономического метода воздействия на ценообразование, следует рассмотреть его составляющие, которые можно представить в двух направлениях исходя из среды их воздействия:

- Денежно-кредитное;
- Бюджетно-налоговое.

Кредитно-денежное направление представляет собой меры в области денежного обращения, направленные на изменение денежной массы в обороте с целью стабилизации экономики. Такие меры имеют короткий внутренний и внешний лаг, то есть ее результаты в экономике проявляются в короткий промежуток времени. С этой точки зрения более чувствительны коммерческие услуги, такие как сферы финансовых и правовых услуг, транспорта, связи, туризма и т.д.

Денежно-кредитная политика, как правило, реализуется Центральным Банком страны и имеет два основных направления: кредитная экспансия (политика дешевых денег) и кредитная рестрикция (политика дорогих денег). Применяемая политика имеет прямое и сильное влияние на формирование тарифов. В случае кредитной экспансии денежная масса в обороте увеличивается, что стимулирует поднятие тарифов, а если ЦБ реализует политику рестрикции, денежная масса сокращается, и рынок услуг реагирует снижением тарифов.

Исходя из сказанного, можно перечислить инструменты воздействия кредитно-денежной сферы на формирование тарифов:

- а) лимиты кредитования; прямое регулирование ставки процента;
- б) изменение нормы обязательных резервов;
- в) изменение учетной ставки (ставки рефинансирования);



Рис. 1. Воздействие кредитно-денежной политики в сфере услуг

d) операции на открытом рынке;  
e) валютные интервенции.

Первый метод считается прямым с точки зрения рынка услуг, поскольку его воздействие в сфере чувствуется в коротком промежутке времени. А следующие инструменты (b; c; d; e) имеют косвенное влияние на рынке.

Перечисленные инструменты в зависимости от принятых государством целей могут иметь различные значения, что можно рассмотреть в схеме (см. рис. 1).

Как можно заметить, для роста или снижения цен Центральный Банк пользуется одними и теми же инструментами. Лимиты кредитования напрямую влияют на ценообразование во всех сегментах рынка. Со стороны ЦБ определяются границы кредитной ставки, что меняет объем денежной массы в обороте, что в свою очередь влияет на ценообразование. Во время сдерживания ЦБ увеличивает процентную ставку, что сокращает объем денег в экономике и рынок услуг реагирует на это снижением тарифов. А если ЦБ стимулирует экономику, то снижает процентную ставку увеличивая объем денег, что в свою очередь влияет на рост тарифов. Подобная политика со стороны ЦБ может быть как общей, так и конкретной для определенного сегмента рынка.

Резервы коммерческих банков и других участников финансового рынка в центральном банке и обязательные ставки рефинансирования влияют на формирование тарифов одинаково. Увеличивая объем обязательных резервов и ставку рефинансирования ЦБ ограничивает поток денежных

средств в рынке, на что реагируют все сегменты рынка, в том числе и сфера услуг, с ростом тарифов. Происходит обратное явление, если необходимые резервы сокращаются, и ставка рефинансирования снижается. В этом случае поток денежных масс увеличивается, и рынок услуг на это реагирует со снижением тарифов.

Курс валюты, учитывая уровень глобализации мировой экономики, играет важную роль в процессе формирования тарифов. Не смотря на то, что этот инструмент для сферы услуг можно определить как косвенный, его влияние сильное. С целью стимулирования экономики ЦБ может поднять стоимость валюты, что приведет к росту тарифов, поскольку предложение услуги по измененным тарифам не будет соответствовать увеличенному спросу. Во время сдерживающей денежной политики ЦБ снижает стоимость своей валюты, что влияет на снижение спроса на рынке услуг, на что фирмы реагируют снижением тарифов. Следует отметить, что сфера туризма не подчиняется этому принципу. Если курс валюты увеличивается, то тарифы в сфере туризма снижаются, поскольку экспорт туристических услуг сокращается. А если курс валюты снижается, то туристический сектор оживляется, спрос на туристические услуги растет, что в свою очередь ведет к росту тарифов.

Таким образом, можно сделать определенный вывод, что с целью снижения тарифов в целом или в конкретном сегменте, ЦБ-у необходимо ужесточать меры воздействия, ограничить свободу действия кредитно-финансового

сектора. А если целью государства является рост тарифов, то необходимо вести мягкую политику, увеличивать свободу действия в кредитно-финансовом секторе, а также оживлять рынок целевыми покупками или продажами ценных бумаг на финансовом рынке. Следует отметить, что кредитно-денежная политика применяется всеми странами мира, однако она наиболее эффективна в развитых экономиках, где банковская и финансовая сфера имеют высокую степень развития.

Бюджетно-налоговая политика государства считается важнейшим элементом политики государства, целью которого является равномерное развитие экономики.

Как и денежно-кредитная политика, фискальная политика имеет два направления: сдерживающее (фискальная рестрикция) и стимулирующее (фискальная экспансия). Как в случае кредитно-денежной политики, соответствующие государственные структуры увеличивают или сокращают объем денежной массы таким образом влияя на процесс ценообразования. Однако, отличие этого направления государственного вмешательства в рыночные процессы состоит в том, что оно основано на государственном бюджете, следовательно, или увеличить дефицит бюджета или его профицит.

Бюджетно-налоговая среда характеризуется множеством инструментов, которые, не смотря на то, что являются составляющими одной группы, имеют разные значения с точки зрения их влияния на сферу услуг. Для их изучения следует рассмотреть следующие направления фискальной политики:

- бюджетная политика, которая применяется со стороны министерства финансов;

- налоговая политика, которая применяется со стороны налоговых структур.

Министерство финансов и налоговые органы действуют в рамках принятой в стране экономической политики и политических приоритетов, но они влияют на процесс ценообразования не одинаково.

Бюджетно-налоговые меры воздействия на формирование тарифов можно рассмотреть на схеме (см. рис. 2):

Рассматривая схему, следует отметить, что инструменты бюджетной политики следующие:

- a) Государственные облигации;
- b) Дотации и субсидии;

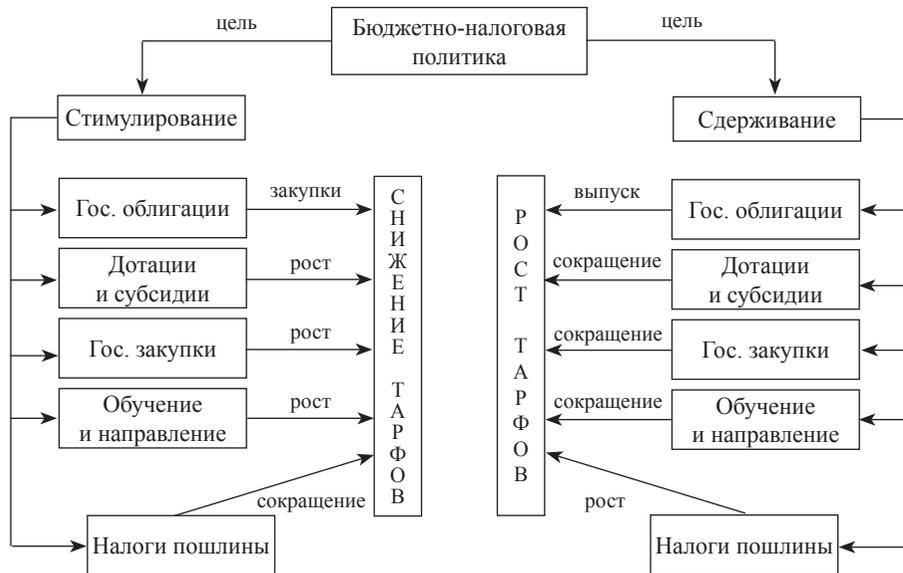


Рис. 2. Воздействие бюджетно-налоговой политики в сфере услуг

- с) Государственные закупки;
- д) Обучение и направление.

Первый метод имеет общее влияние на всю экономику, с точки зрения рынка услуг его значение косвенное, а следующие методы (b; c; d) часто применяются на рынке услуг с целью сглаживания нежелательных темпов развития.

Дотации и субсидии считаются важными инструментами с точки зрения ценообразования. Не смотря на то, что и дотация и субсидии представляют собой безвозвратное денежное пособие, предоставляемое из государственного бюджета организациям, предприятиям, отдельным лицам, они влияют на формирование тарифов на разных уровнях. Дотации предоставляются для покрытия убытков, компенсации потерь, балансирования бюджета предприятий. Как правило дотируются низкорентабельные производства, но имеющие важное значение для национальной экономики. Подобными сферами на рынке услуг являются услуги пассажирского транспорта, здравоохранение, связь, культура, образование, природоохранение. Предприятия, предоставляющие услуги в этих направлениях, ограничены в стратегии ценообразования, по скольку со стороны государства назначаются верхние границы цен. В случае, если доставляя услугу по определенным государством тарифам компания несет убытки, государство дотирует эти потери полностью или частично. На рынке можно встретить и обратное явление, когда государство назначает нижние границы тарифов.

В этом случае потери могут нести покупатели и, в случае, если услуга имеет высокий потребительский спрос, государство может дотировать потребителей с помощью социально-экономических программ. Субсидии, в свою очередь, представляют собой безвозвратные денежные средства, которые нацелены на финансирование низко привлекательных отраслей. Предоставляя субсидии компаниям, государство оставляет сферу привлекательной для инвестиции, что в свою очередь поддерживает рыночную конкуренцию, рыночные цены. Таким образом, предоставляя субсидии и дотации, государство стимулирует рынок, что влияет на снижение тарифов. В случае их отсутствия государство, на оборот, сдерживает сферу, что влияет на рост тарифов.

На формирование тарифов своеобразно влияют государственные закупки. Изучая этот инструмент фискальной политики, следует отметить, что он, по своей сути является непрерывным, поскольку обеспечивает функционирование государственных структур. Однако, исходя из социально-экономической ситуации, а также геополитической обстановки может нести структурные изменения. С точки зрения ценообразование в сфере услуг, ее значение велико. В тех сферах, которые имеют высокую значимость в экономике, государство часто прибегает к закупкам, непосредственно влияя на формирование рыночных тарифов. Увеличивая объем покупок, государство стимулирует рынок, но таким образом способствует

росту тарифов в коротком промежутке. Сокращая объем покупок, государство сдерживает рынок, но этот факт влияет на снижение тарифов, по скольку поставщики теряют главного потребителя и вынуждены снизить тарифы, чтобы привлечь клиентов. Следует отметить, что законодательный институт, в контексте стимулирования экономики может назначить нижнюю границу тарифов, что приведет к снижению потребительского спроса со стороны населения. В этом случае государство компенсирует потери предпринимателей с помощью госзакупок.

Обучение и направление в нынешней изменчивой среде рыночных реалий, считается важным составляющим бюджетной политики государства. По своей сути, как и государственные закупки, этот инструмент также является непрерывным. Свообразными непрерывными, но косвенными обучающими и направляющими методами являются законы, постановления, ежемесячные и ежегодные публикации разных государственных структур. Помимо этого, различные структуры государственного управления в рамках принятых приоритетах, могут обучать и направлять предприятия конкретной отрасли с помощью дополнительной информации, тренингов, семинаров и т.д. Не смотря на то, что этот инструмент не имеет большую эффективность в стратегии ценообразования, его значение велико особенно в тех сферах, которые имеют стратегическое значение для экономики страны.

Налоговая политика имеет очень короткий как внутренний, так и внешний лаг, влияет на ценообразование напрямую, следовательно реализуется государством очень продуманно. Объектом налоговой политики является налоговая ставка, поднимая или понижая ее, государство влияет на рыночную стоимость товара. В России и других странах СНГ применяются следующие типы налогов:

- прямые: общий налог на доходы с физических лиц;
- налоги на отдельные виды доходов (заработная предпринимательская прибыль и т.п.);
- налог на прибыль (доход) с организаций.

Основными документами, определяющими порядок взимания налога на прибыль в России, являются: Закон РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» от 27 декабря 1991 г.

№ 2116-1 (с последующими изменениями) и Инструкция Госналогслужбы РФ «О порядке исчисления и уплаты в бюджет налога на прибыль предприятий и организаций» от 10 августа 1995 г. № 37.

Косвенные: Налог на добавленную стоимость (НДС);

Акцизный налог.

НДС и акцизный налог существуют во всех странах мира, однако ставки на них везде разные. Так, в России ставка НДС составляет 18% [применяется по умолчанию, если операция не входит в перечень облагаемых по ставке 10% или в перечень со ставкой 0%] а ставка акцизного налога определяется исходя из типа подакцизного товара. Следует отметить, что в России перечень товаров которые налогооблагаются подакцизным налогом составляется Государственной Думой РФ [Статья 181 НК РФ]. В России, и странах СНГ услуги не считаются подакцизными товарами, следовательно, в этой сфере этот тип налога имеет только косвенное влияние. Исключение составляют бензин и дизельное топливо, которые считаются подакцизными товарами. Не смотря на то, что по своей природе и бензин и дизельное топливо это товары а не услуги, они имеют прямое и сильное влияние на формирование тарифов на рынках всех типов услуг.

Однако налоговая политика страны не ограничивается определением налоговых ставок и сбора налогов. Сфера услуг во многих странах, в том числе в странах постсоветского пространства, считается самой перспективной с точки зрения долгосрочного стратегического развития, поэтому налоговые амнистии, каникулы, отсрочки являются частями налоговой политики в этой сфере. Имея в виду эластичность и восприимчивость рынка к подобным мерам вмешательства извне, следует отметить, что такая политика может привести к резким изменениям привлекательности сферы, что в свою очередь повлияет на динамику тарифов.

Можно сказать, что рост или снижение тарифов – это соответствующая реакция рынка на политику главного банка страны, министерства финансов или налоговых структур. Однако, эффективность подобного вмешательства продолжаться бесконечно не может. В долгосрочной перспективе кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика перестают быть эффективными. Подобно закону «спрос

– предложения» на рынке продуктов, в долгосрочном промежутке сфера услуг уравнивается в пределах «справедливых тарифов». А время, которое нужно рынку для самоорганизации может быть недопустимой для экономики страны. Следовательно, роль перечисленных структур государства состоит также в предсказании экономического эффекта от изменений тарифов под влиянием конкретных инструментов. В случае снижения эффективности воздействия или же для сглаживания каких-либо нежелательных воздействий извне, необходимо корректировать направленность реализуемой политики.

### 3. Не экономический метод управление рыночными тарифами

Не экономические методы воздействия на рыночную среду и рыночные процессы представляют собой группу административных мер, которые, не смотря на то, что не имеют экономическую сущность, считаются эффективными и употребляются часто. Следовательно, необходимо изучить их влияние на процесс ценообразования. Административные меры воздействия – это меры государственного регулирования, которые базируются на монопольном праве государственной власти запрета или разрешения того или иного типа экономической деятельности на территории страны. Совокупность административных методов позволяет государству направлять динамику тарифов в нужном направлении, имея следующие инструменты воздействия:

- Меры запрета (постоянные и временные законы (постановления), запрещающее предоставление какой-либо услуги, на импорт или инвестиции в определённом сегменте сферы или определенным лицам);

- Меры разрешения (лицензия, дающая право на производство, торговлю каким-либо товаром, осуществление какого-либо вида деятельности).

Представленные меры могут иметь как постоянное, так и временное значение. Говоря о постоянном воздействии, понимаются принятые в стране запреты и разрешения, которые имеют силу закона (например: лицензия для туроператоров как мера разрешения и запрет на продажу товаров, которые являются государственной собственностью как мера запрета). А временные административные меры воздействия

государство может предпринять, если в отрасли наблюдаются нежелательные явления или меняются политические приоритеты (например: временный запрет на международные грузоперевозки и временное разрешение на экспорт ранее запрещенных товаров).

В странах с развитыми формами рыночных отношений в обычных условиях этот метод применяется крайне редко, поскольку противоречит экономическим методам воздействия, а также ограничивается законодательством ВТО, членами которого являются 157 стран мира [[https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE\\_Browse/FE\\_B\\_002.aspx](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Browse/FE_B_002.aspx)].

В Российской Федерации, как известно, существует 3-х уровневая структура управления: Федеральный, региональный и местный. Каждый из этих уровней предполагает свою степень воздействия на процесс ценообразования. Поскольку на федеральном уровне могут применяться меры, которые негативно могут влиять на местном уровне, федеральная структура управления дает возможность местным законодательным и управляющим институтам предпринять меры стабилизации процесса ценообразования.

### 4. Заключение

Рассматривая влияние государства на процесс ценообразования в сфере услуг, можно прийти к следующим выводам:

1. Структура экономики постепенно меняется под воздействием научно технического развития и структура «пирамиды потребительского спроса Маслоу» преобразуется: более востребованным становятся товары, удовлетворяющие нефизиологические, а духовные потребности. В этих условиях контроль над сферой услуг со стороны государства становится необходимостью.

2. Государство может влиять на формирование тарифов экономическими и административными мерами, однако должно вмешиваться в этот процесс только при необходимости.

3. Кредитно-денежная и бюджетно-налоговая политика не смотря на то, что имеют различные инструменты воздействия на формирование тарифов, являются составляющими государственной экономической политики и должны предприниматься сбалансировано.

4. Административные меры воздействия являются неэкономическими, их воздействие на рынке в любом

случае должно быть краткосрочным, спланированным и точечным. А также эти меры воздействия могут противоречить международным законам (могут восприниматься как демпинг, нарушение прав производителей, не необходимым вмешательством в конкурентную среду рынка).

5. Ценообразование в сфере услуг очень чувствительно и любое вмешательство со стороны государства приводит к цепной реакции, меняя структуру рынка. Сфера восприимчива к косвенным методам воздействия, и в случае, если эти меры точечные, спланированные, краткосрочные, могут воздействовать на процесс ценообразования, направлять динамику тарифов в нужном направлении не искажая основные рыночные принципы.

6. Федеральная структура управления государством предполагает возможность управления тарифами на трех уровнях. Местное управление сферой услуг необходимо при больших

масштабах страны. Однако всякое вмешательство в рыночные процессы должно соответствовать федеральным законам и принятым в стране экономическим приоритетам.

#### Литература

1. Алехин Б.И. Кредитно-денежная политика ЮНИТИ-ДАНА, М. : 2004 г.

2. Васюхин О.В. Основы ценообразования, СПб: СПбГУ ИТМО, 2010 г.

3. Harold A. M. , Motivation and Personality, N.Y., 1954.

4. Киселева И. А., Искаджян С.О., Особенности стратегии ценообразования в сфере коммерческих услуг, Финансовая аналитика, проблемы и решения №21(159), 2-6 ст., М., 2013 г.

5. Об утверждении Общероссийского классификатора услуг населению: постановление Госстандарта РФ от 28.06.1993 №163.

6. Закон РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» от 27 декабря 1991 г. № 2116-1.

7. [https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE\\_Browse/FE\\_B\\_002.aspx](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Browse/FE_B_002.aspx).

#### References

1. B. I. Alekhin, Monetary policy, UNITY-DANA, Moscow, 2004.

2. O. V. Vasyuhin, The basics of pricing, SPB: ITMO, 2010.

3. A. M. Harold, Motivation and Personality, N.Y., 1954.

4. I.A. Kiseleva, S.O. Iskajyan, Features of pricing strategy in commercial services field, Financial analysis, problems and solving, №21 (159), p. 2-6, M., 2013.

5. The approval of Russian National Classifier of population services: Russian Federation State Standard resolution from 28.06.1993 № 163.

6. «The taxes on profits of enterprises and organizations» on December 27, 1991 № 2116-1.

7. [https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE\\_Browse/FE\\_B\\_002.aspx](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Browse/FE_B_002.aspx).