

В. В. Шевченко,

кандидат экономических наук,

Донецкий национальный технический университет

М. В. Свистунова,

Институт экономики промышленности НАН Украины

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ НА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Жилищно-коммунальное хозяйство занимает значительную долю в народном хозяйстве Украины и одновременно выполняет крайне важную функцию по решению социальной задачи обеспечения нормальной жизни населения страны. Данная отрасль уже в течение длительного времени находится в состоянии глубокого кризиса и положение продолжает ухудшаться.

В работах украинских учёных [3 – 8] многократно анализировалось состояние отрасли и выделялись наиболее острые её проблемы:

- низкий технический уровень действующих предприятий ЖКХ;
- высокая изношенность основных фондов, увеличение доли ветхих и аварийных сетей;
- низкая эффективность, высокая ресурсо- и энергоёмкость;
- отсутствие эффективной тарифной политики, низкая платёжная дисциплина потребителей.

Все вышеперечисленные проблемы тесно взаимосвязаны, что приводит к необходимости их комплексного рассмотрения и решения. В рамках исследований, которые носят комплексный характер, одно из важнейших мест занимает проблема эффективной тарифной политики. Процесс формирования тарифной политики столкнулся с явным противоречием: предприятиям ЖКХ не хватает финансовых средств для качественного выполнения своих функций, а у населения и предприятий нет возможности „потянуть” очередное повышение тарифов на жилищно-коммунальные услуги. Возникает своеобразный замкнутый круг, из которого не видно выхода. Сторонники роста тарифов отстаивают тезис о том, что при сложившейся системе финансирования предприятия ЖКХ просто не выживут. В ответ защитники социальных прав населения не менее убедительно доказывают, что рост тарифов на жилищно-коммунальные услуги не приведёт к улучшению финансирования предприятий отрасли, но зато значительно усилит социальную напряжённость в стране. Кроме того, нельзя не учитывать, что разница в себестоимости, например, на услуги по водоснабжению, по регионам Украины составляет по состоянию на 01.07.2013 г. 3,6 раза, а по тарифам –

3,2 раза. Но прежде, чем разрабатывать основы тарифной политики в сфере ЖКХ, необходимо прежде всего уточнить экономическую сущность понятия „услуга” и проанализировать характер услуг, которые получают потребители от предприятий жилищно-коммунального комплекса.

Понятие „услуга” не является новым в экономической науке. Сущность, характеристики и особенности услуг изучались и изучаются экономистами и юристами различных стран. Среди авторов работ, в которых детально анализировалось понятие „услуга” следует выделить таких учёных, как Герасимова В. [13], Дробышев Г. [13], Котлер Ф. [1], Лифиц И. [11], Мирзоян А. [9] и многие другие. Тем не менее, проблема формирования тарифов на услуги жилищно-коммунального хозяйства с точки зрения экономического анализа сущности услуг ЖКХ получила недостаточно внимания, несмотря на острую необходимость в подобных исследованиях.

Следует сразу заметить, что законодатели Украины недостаточно внимания уделяют вопросам нормализации и унификации разделения понятий „продукция”, „товар”, „работа” и „услуга”, что приводит к значительным нарушениям в организации деятельности тех или иных отраслей народного хозяйства Украины, и, что более опасно, не дают возможности выбора правильного вектора развития таких отраслей. Достаточно часто эти термины рассматриваются как синонимы, особенно в тех случаях, когда потребитель в процессе комплексного обслуживания получает одновременно несколько видов потребительских благ, которые по традиции называют каким-либо одним термином: реализация товара, выполнение работ, оказание услуг. Данная проблема в значительной степени касается и предприятий жилищно-коммунального комплекса Украины.

В своей монографии бывшая заместитель министра по вопросам жилищно-коммунального хозяйства Украины (2007 – 2010 гг.) И. В. Запатрина отмечает, что „достаточно свободное определение нормативов потребления жилищно-коммунальных услуг, исходящее из желания покрыть все разумные и не

всегда разумные расходы субъектов хозяйствования в этой сфере (так, например, потребление воды по регионам колеблется от 63 л на человека в сутки по Ивано-Франковской области до 249 л на человека в сутки по г. Киеву при среднеукраинском показателе 129 л в сутки на человека), привели к тому, что сегодня практически повсеместно потребители не заботятся о том, сколько они используют тепловой энергии, горячей и холодной воды” [3, с. 33]. При этом следует отметить, что начисление оплаты за услуги водоснабжения и водоотведения по так называемым „нормам потребления” в принципе противоречит экономическому смыслу данного вида услуг – ведь количество поданной воды совершенно не отражает реальное качество услуг населению и предприятиям по водоснабжению и водоотведению. Подобный подход может логично приводить к следующим парадоксальным явлениям:

- поставщики воды не заинтересованы в восстановлении сетей и сокращении потерь воды – гораздо проще добиться увеличения норм потребления, чем тратить дополнительные средства на текущие и капитальные ремонты;

- в случае отсутствия индивидуальных квартирных счётчиков, потребители воды никак не заинтересованы в экономии воды, так как оплата за услуги осуществляется по усреднённым нормативам;

- в случае возникновения финансовых затруднений, предприятия водоснабжения и водоотведения могут применить различные методы по искусственному повышению расхода (или потерь) воды в сетях.

Возникла парадоксальная ситуация, когда ни поставщики, ни потребители не заинтересованы в экономии воды, которая с каждым годом становится всё более дефицитным и ценным ресурсом. Даже если счётчики воды будут установлены в каждой квартире, финансовые поступления предприятиям водоснабжения и водоотведения от потребителей сократятся, и, соответственно, ухудшится финансовое состояние самих поставщиков услуг. И это при том, что уже сейчас большинство предприятий ЖКХ работают нерентабельно. Поэтому кризисная ситуация будет только усугубляться: 1) из-за сокращения финансовых поступлений поставщики воды будут вынуждены или повышать тарифы, или ухудшать качество водоснабжения; 2) потребители, установившие счётчики, не получают существенной экономии либо из-за роста тарифов, либо из-за ухудшения качества водоснабжения. Правда, остаётся ещё один вариант, который также можно считать тупиковым: погашать все убытки предприятий водоснабжения и водоотведения за счёт дотаций и доплат из местного или государственного бюджета.

В данной статье ставится цель – на основе уточнённого определения понятия „услуга” обосновать особенности формирования тарифной политики на жилищно-коммунальные услуги.

Для достижения поставленной цели в статье решаются следующие задачи:

- анализ правового содержания понятия „услуга” и внесение предложений по совершенствованию данного понятия;

- анализ экономического содержания понятия „услуга” и внесение предложений по дополнению, совершенствованию и уточнению классификации услуг;

- разработка предложений по совершенствованию договорной работы по оказанию услуг;

- обоснование предложений по совершенствованию системы ценообразования на услуги, которые предоставляются потребителям в сфере ЖКХ.

Анализ законодательной базы Украины даёт возможность сделать вывод о наличии значительных противоречий и „тёмных пятен” в определении понятий „продукция”, „работа”, „услуга”.

Так, Гражданский кодекс Украины в п.1 ст. 901 даёт одно из наиболее однозначных определений понятия „услуга”: „По договору об оказании услуг одна сторона (исполнитель) обязуется по заданию другой стороны (заказчика) оказать услугу, которая потребляется в процессе совершения определённого действия или осуществления определённой деятельности, а заказчик обязуется оплатить исполнителю указанную услугу, если иное не установлено договором” [17]. Таким образом, законодатель чётко определил основные отличительные признаки услуги:

- 1) услуга потребляется в процессе совершения определённого действия, т. е. моменты производства и потребления услуги совпадают;

- 2) услуга предоставляется по заданию (заказу) заказчика для удовлетворения его потребностей.

В то же время понятия „товар” и „работа” в ГКУ практически перемешиваются. Так, в соответствии со ст. 655 в процессе купли-продажи „продавец передаёт или обязуется передать имущество (товар) в собственность другой стороне”. А п.1 ст. 656 указывает, что „предметом договора купли-продажи может быть товар, который имеется у продавца на момент заключения договора или будет создан ... продавцом в будущем”. Таким образом для товара в ГКУ можно выделить следующие отличительные черты:

- 1) продавец передаёт товар покупателю для потребления этого товара покупателем;

- 2) заказ на товар может быть сделан покупателем как до, так и после производства этого товара продавцом.

В ст. 712 ГКУ, законодатель при определении

понятия „поставка” практически дублирует определение договора купли-продажи, но при этом указывает, что сторонами договора поставки являются лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность. Другими словами, „поставка” рассматривается в ГКУ как частный случай договора купли-продажи, что связано с субъектным составом договора поставки.

Понятие „работа” в ГКУ отсутствует, но зато вводится понятие договора подряда. В соответствии с п. 1 ст. 837: „По договору подряда одна сторона (подрядчик) обязуется на свой риск выполнить определённую работу по заданию другой стороны (заказчика) ...”; и п. 2 ст. 837 „Договор подряда может заключаться на изготовление, обработку, ... вещи или на выполнение другой работы с передачей её результата заказчику”. То есть при определении понятия „работа” законодатель указывает следующие её основные черты:

- 1) передача результата работы заказчику;
- 2) подрядчик выполняет работу на „свой риск” (что, фактически, является одним из признаков лица, которое осуществляет предпринимательскую деятельность);
- 3) договор подряда может включать в себя любую работу, в том числе и по изготовлению продукции (или товара);
- 4) заказ на выполнение работы предшествует её выполнению.

Отличительные особенности рассмотренных выше понятий представлены в табл. 1.

Соответственно, в Хозяйственном кодексе Украины рассматривается правовое регулирование договора поставки, что в принципе соответствует базовым положениям Гражданского кодекса Украины. Но при этом в ХКУ также практически дублируются такие понятия как договор „контракции сельскохозяйственной продукции”, „договор энергоснабжения” и др. Таким образом, понятие услуги в Хозяйственном кодексе Украины не рассматривается.

В Законе Украины „О защите прав потребителей” [2], который регламентирует взаимоотношения поставщиков с потребителями, которые не являются субъектами хозяйственной или предпринимательской деятельности, также заложены противоречия в определении понятий: товар, продукция, работа и услуга.

Так, в соответствии с п. 19 ст. 1 данного закона в качестве родового выделяется понятие „продукция”, которая определяется как „какое угодно изделие (товар), работа или услуга, которые производятся, выполняются или предоставляются для удовлетворения общественных потребностей”. Таким образом Закон производит разделение понятий, которое представлено на рис. 1. При этом понятия „изделие” и „товар” в законе трактуются как синонимы.

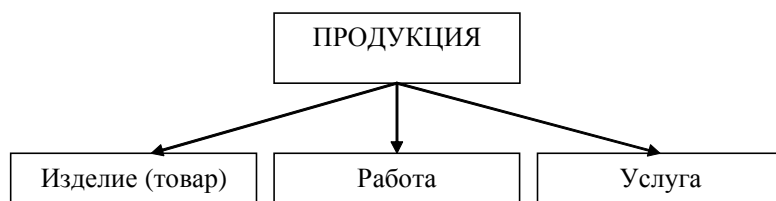


Рис. 1. Разделение понятий продукция, товар, работа и услуга

Таблица 1

Отличительные особенности видов продукции в ГКУ

Вид продукции	Вид договора	Субъекты договора		Время заказа	Время потребления
		Продавец	Покупатель		
Товар	Купли-продажи	Не указан (любой)	Не указан (любой)	Любое	После производства
Товар	Поставки	СПД	СПД	Любое	После производства
Работа	Подряда	СПД	Не указан (любой)	Предшествует производству	После производства
Услуга	Услуги	Не указан (любой)	Не указан (любой)	Предшествует производству	Производство и потребление совпадают во времени

Понятие „товар” (или „изделие”) данным Законом вообще не вводится.

Понятие „работа” в п. 21 ст.1 определяется как „деятельность исполнителя, результатом которой является производство товара или изменение его свойств по индивидуальному заказу потребителя для удовлетворения его личных потребностей” [2].

Понятие „услуга” определяется п. 17 ст.1 Закона как „деятельность исполнителя по оказанию (передаче) потребителю конкретного, определённого договором материального или нематериального блага, которая осуществляется по индивидуальному заказу потребителя для удовлетворения его личных потребностей”.

Таким образом, анализ положений Закона Украины „О защите прав потребителей” позволяет выявить следующие недостатки и противоречия:

– если по отношению к родовому понятию „продукция” указывается, что она служит для удовлетворения общественных потребностей, то почему тогда „работа” и „услуга”, как видовые понятия рассматриваются как способ удовлетворения только личных потребностей. Это можно было бы объяснить основными задачами ЗУ „О защите прав потребителей”, но тогда и по отношению к продукции следовало бы указать её использование только в личных целях;

– неясно, почему в определении понятий „работа” и „услуга” законодатель на первое место поставил понятие „деятельность” – ведь при производстве товаров продавец (поставщик) также осуществляет производственно-хозяйственную деятельность;

– понятие „работа” законодатель рассматривает как „деятельность по производству товара”, а понятие „услуга” как „деятельность ... по оказанию (передаче) потребителю конкретного ... материального или нематериального блага” – данные определения в принципе перемешивают рассматриваемые выше понятия, и это не даёт возможности осуществить их чёткое правовое разделение;

– при определении понятий „работа” и „услуга” законодатель для чего-то использует в определении требование „индивидуального заказа потребителя”, тем самым устраняясь от такого явления как „ типовые работы или услуги”.

Наличие выявленных ранее недостатков приводит к тому, что на практике отсутствуют реальные критерии, по которым можно было бы определить, насколько выполненная услуга отвечает установленным требованиям (стандартам), и в какой степени она соответствует удовлетворению потребностей потребителей.

Законодатель в п. 15 ст.1 Закона даёт определение „недостатка” (продукции) – это „какое-либо не-

соответствие продукции требованиям нормативно-правовых актов и нормативных документов, условиям договоров или требованиям, которые предъявляются к ней ...”. При этом возникают серьёзные проблемы, связанные с согласованием требований соответствующих нормативно-правовых актов, нормативных документов, условий договоров и требований потребителей. Чаще всего основные нормативно-правовые акты разрабатываются отраслевыми министерствами и ведомствами, которые защищают прежде всего свои внутренние монопольные интересы и никак не заинтересованы в максимальном удовлетворении потребностей потребителей. Так, например, в Украине соответствующими постановлениями Кабинета министров были утверждены формы типовых договоров, которые используются в сфере жилищно-коммунального хозяйства [14 – 16]. Анализ основных таких договоров показывает, что практически в каждом из них заложено положение, в соответствии с которым поставщик услуг несёт ответственность перед потребителем за количество, качество и непрерывность предоставления жилищно-коммунальных услуг. Однако, более детальный анализ позволяет утверждать, что данное положение носит декларативный характер, что связано со следующими причинами:

1. Выполнение требования непрерывности крайне сложно проверить из-за отсутствия у потребителя необходимых средств технического контроля непрерывности. Теоретически, подобные данные могут быть у поставщика услуг, но он не заинтересован в предоставлении этой информации потребителю. Кроме этого непрерывность предоставления услуги может нарушаться по тем или иным причинам. Перечень таких причин в типовых договорах не указывается, хотя в отдельных типовых договорах делается отсылка либо на дополнительные протоколы согласования, либо на решения местных органов власти.

2. Выполнение требования по качеству предоставляемых услуг также сложно проверить и проконтролировать по тем же причинам, которые были указаны в предыдущем пункте.

3. Контроль у потребителя осуществляется только за количеством предоставляемых услуг (счётчики различного вида: на электроэнергию, воду и др.), что приводит на практике к использованию тарифов за количественные показатели потреблённых услуг. Каким образом может быть пересмотрен размер оплаты за предоставление коммунальных услуг, если оплата осуществляется за фактически потреблённый ресурс (воду, электроэнергию и т. д.). Это, в свою очередь, приводит к следующим негативным последствиям:

– потребитель никак не компенсирует поставщи-

ку услуг затраты на поддержание системы поставки услуг в непрерывном рабочем состоянии (более того, действующими правилами предусматривается весьма спорное право потребителя услуг временно отказываться от них по собственному желанию);

– поставщик не заинтересован в повышении качества поставляемых услуг (или соблюдении требований по качеству), так как снижение качества является одним из способов получения дополнительной экономии затрат при сохранении тарифов на жилищно-коммунальные услуги неизменными;

– оплата услуг по единым нормам не стимулирует потребителей и поставщиков в снижении ресурсов и энергоёмкости; более того, такие программы прямо наносят ущерб предприятиям-поставщикам жилищно-коммунальных услуг, так как любая экономия со стороны потребителя автоматически оборачивается для них уменьшением объёмов финансирования.

Для разрешения данной проблемы целесообразно вернуться к первоисточникам – авторам, которые заложили основы исследований процесса удовлетворения потребностей потребителей в рыночных условиях.

Так, в своей классической работе Ф. Котлер [1] выделяет следующие понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар и др. [1, с. 47]. При этом нужда определяется как „... чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо”, потребность – как „... нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида” [1, с. 47], запрос – как „... потребность, подкреплённая покупательной способностью” [1, с. 48], а товар – это „всё, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления” [1, с. 49]. Таким образом, Ф. Котлер не разделяет в общетеоретическом смысле различные виды продукции и товаров (на производственные, непроизводственные, материальные, нематериальные и т. д.) и не разделяет товары на отдельные группы: товары, работы и услуги. Тем не менее, в определении потребности Ф. Котлер признаёт, что нужда может принимать „специфическую форму”, что позволяет рассматривать потребность как видовое понятие по отношению к понятию „нужда”.

Следует также заметить, что в своих работах А. А. Телестакова (А. А. Мирзоян) [9] совершенно справедливо указывает на тот факт, что в процессе приобретения услуги потребитель одновременно получает два вида потребительских благ: непосредственную пользу от услуги и возможность получения этой услуги по своему желанию в любой (или определённый) момент времени. Исходя из данного подхода,

автор статьи предлагает при классификации продукции в качестве базовых использовать два критерия (признака):

1. Как соотносятся во времени процессы производства и потребления продукции:

– производство предшествует потреблению;

– производство и потребление совпадают во времени.

2. Степень готовности продукта (товара, продукции), на которые потребитель осуществляет заказ:

– заказ на уже готовую (произведённую) продукцию;

– заказ на продукцию, которая ещё не произведена, но может быть и будет произведена в будущем.

Использование комбинаций перечисленных выше признаков позволяет получить 4 группы продукции (и их формальных определений):

1. Товар – производство предшествует потреблению, заказ осуществляется на продукцию, которая уже произведена (производство – заказ – потребление). Данная категория достаточно полно определена в законодательстве и поэтому не требует дополнительных пояснений. Можно лишь добавить, что если товар приобретается не с целью личного потребления, а с целью производственно-хозяйственного использования, то тогда можно говорить не о сделке купли-продажи, а о договоре поставки.

2. Работа – производство предшествует потреблению, но заказ осуществляется на продукцию, которая ещё не произведена (заказ – производство – потребление). Данное определение традиционно применяется для характеристики договора подряда. Но следует заметить, что договор поставки на продукцию, которая будет произведена в будущем периоде, также подпадает под категорию „работа”. При этом помимо требований к количеству и качеству товара (экономического блага) сразу появляется ряд дополнительных требований, которые должны в обязательном порядке учитываться при заключении договоров на выполнение работ (в основном, это перечень обязанностей и дополнительная ответственность производителя):

– в обязательном порядке должны оговариваться сроки выполнения работы (либо этапы её выполнения);

– так как товар ещё только предстоит произвести, то должны быть рассмотрены дополнительно возможные варианты изменения цены;

– при необходимости, лицо, выполняющее работы, может использовать особую систему скидок и надбавок к цене с целью оптимизации своей работы, которые для обычных, уже произведённых товаров не применяются (надбавки за срочность, скидки на работы, выполняемые в определённое время года и т. д.).

3. Услуга первого рода – моменты производства и потребления совпадают, заказ на услугу потребитель осуществляет предварительно.

4. Услуга второго рода – моменты производства и потребления совпадают, заказ на услугу потребитель осуществляет в тот момент, когда в этой услуге возникает потребность.

Перечень различий услуг первого и второго рода представлен в табл. 2.

Анализ различий между услугами первого и второго рода позволяет сформулировать ряд принципов тарифной политики в сфере жилищно-коммунальных услуг:

1. Большинство услуг ЖКХ можно отнести к услугам первого рода.

2. Для услуг первого рода тарифная политика должна предусматривать двухставочный тариф, у которого оплата за регулярное обслуживание и за фактический расход ресурсов должны взиматься отдельно.

3. Одноставочный тариф можно использовать только для услуг второго рода.

4. Нарушение порядка предоставления услуг первого рода может быть основанием для уменьшения или полного отказа от платежа по первому тарифу (платы за регулярное обслуживание).

5. Поставщики услуг могут дополнять существующие тарифы системой различных льгот, надбавок и скидок с целью стимулирования потребителей к

переходу на более оптимальный режим потребления услуг.

Таким образом, развитие тарифной политики в сфере ЖКХ требует осуществления следующих мероприятий:

– необходимо внести соответствующие изменения в действующее законодательство с целью формального разделения таких понятий, как товар, работа и услуга;

– необходимо провести разделение услуг на услуги первого и второго рода с целью детализации тарифной политики по отношению к этим услугам в будущем;

– следует внести соответствующие изменения в типовые договора по оказанию населению услуг ЖКХ с целью уточнения и конкретизации обязанностей и ответственности как потребителей, так и поставщиков услуг.

Дальнейшие исследования в данном направлении имеют следующие перспективные направления:

– необходимо проведение дополнительных исследований по экономическому обоснованию величины тарифа за обслуживание клиентов при предоставлении различных видов услуг первого рода;

– целесообразно проведение исследований по оптимизации размеров и структуры организаций, предоставляющих услуги ЖКХ;

– разработка действенных предложений по стимулированию как поставщиков, так и потребителей к проведению политики ресурсо- и энергосбережения.

Таблица 2

Перечень различий услуг первого и второго рода

Основные признаки	Услуги первого рода	Услуги второго рода
Основные видовые различия.	Заказ на услугу производится предварительно.	Заказ на услугу производится в момент возникновения потребности у потребителя.
Пример услуг.	- подача воды населению; - электроснабжение; - образовательные услуги.	- услуги общественного транспорта; - медицинские услуги.
Возможность свободного доступа к услуге.	Доступ к услуге потребитель получает в любое время; обеспечение доступа – обязанность поставщика.	Доступ к услуге носит характер „присоединения” к деятельности поставщика услуг.
Степень индивидуализации услуг.	Чаще всего носит индивидуальный характер.	Чаще всего носит групповой характер.
Обязательства поставщика услуг по отношению к потребителю.	Поставщик выполняет свои обязательства перед потребителем в полном объеме, в соответствии с договором.	Поставщик выполняет свои обязательства перед потребителем в зависимости от своих возможностей.

Література

1. **Котлер Ф.** Основы маркетинга: пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пенковой. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с. 2. **Закон** Украины „О защите прав потребителей” // Ведомости Верховной Рады УССР (ВВР), 1991, № 30, ст. 379. 3. **Запатрина И. В.** Жилищно-коммунальная инфраструктура: реформы и система их финансового обеспечения / Ирина Викторовна Запатрина; НАН Украины; Ин-т экон. и прогнозир. – К., 2010. – 336 с. 4. **Инякин В. Н., Шевченко В. В.** Оценка результатов реформирования жилищно-коммунального хозяйства / В. Н. Инякин, В. В. Шевченко // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 40-3. – Донецк, ДонНТУ, 2011. – С. 72 – 82. 5. **Инякин В. Н.** Оценка соответствия нормам воспроизводства основных фондов жилищно-коммунального хозяйства в старопромышленных регионах / В. Н. Инякин // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 41. – Донецк, ДонНТУ, 2012. – С. 269 – 279. 6. **Покровская Е. Ю.** Основные противоречия между потребителями и производителями жилищно-коммунальных услуг / Е. Ю. Покровская // Коммунальное хозяйство міст. Серия „Економічні науки”. Науково-технічний збірник. Випуск 102. – Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2012. – С. 73 – 77. 7. **Куринная Я. В.** Ускорение реформ в ЖКХ: проблемы и пути их решения / Я. В. Куринная // Коммунальное хозяйство міст. Серия „Економічні науки”. Науково-технічний збірник. Випуск 104. – Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2012. – С. 47 – 53. 8. **Жван В. В.** Реформирование жилищно-коммунального хозяйства в контексте регионального развития / В. В. Жван // Коммунальное хозяйство міст. Серия „Економічні науки”. Науково-технічний збірник. Випуск 100. – Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2011. – С. 35 – 38. 9. **Мірзоян А. А.** Сутність послуги як об'єкту цивільних прав / А. А. Мірзоян // Держава і право. Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Випуск 33. – К.: Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України, 2006. – С. 665 – 670. 10. **Сертификация** продукции и услуг в Российской Федерации. – М.: Современная экономика и право, 2002, – 376 с. 11. **Лифиц И. М.** Стандартизация, метрология и сертификация. – М.: Юрайт, 2004. – 330 с. 12. **США: сфера услуг в экономике** / Под ред. Е. А. Громова. – М.: Наука, 1971. – 414 с. 13. **Дробышев Г. Н., Герасимова В. В.** Институциональный механизм регулирования рынка бытовых услуг как экономической системы / Г. Н. Дробышев, В. В. Герасимова. – Тамбов, Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 112 с. 14. **Постанова** Кабінету міністрів України „Про затвердження типового договору про надання послуг з утримання будинків і споруд на прибудинкових територіях” від 20 травня 2009 р. № 529 //

Урядовий кур'єр. – 2006. – № 111. 15. **Постанова** Кабінету міністрів України „Про затвердження типового договору надання населенню послуг з газопостачання та внесення змін до постанови Кабінету міністрів України” від 9 грудня 1999 р. № 2246 // Урядовий кур'єр. – 2006. – № 137. 16. **Постанова** Кабінету міністрів України „Про затвердження Правил надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення та типового договору про надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення” від 21 липня 2005 р. № 186 // Урядовий кур'єр. – 2005. – № 186. 17. **Цивільний кодекс** України; № 435-IV від 16.01.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40. – Ст. 352.

Шевченко В. В., Свистунова М. В. Особливості формування тарифної політики на житлово-комунальні послуги

В статті розглянуто особливості формування тарифної політики на житлово-комунальні послуги. Було проведено аналіз поняття „послуга” та внесено пропозиції по уточненню класифікації послуг. Внесено пропозиції із удосконалення договірної роботи та тарифної політики на житлово-комунальні послуги.

Ключові слова: послуга, житлово-комунальний комплекс, тарифна політика.

Шевченко В. В., Свистунова М. В. Особенности формирования тарифной политики на жилищно-коммунальные услуги

В статье рассмотрены особенности формирования тарифной политики на жилищно-коммунальные услуги. Был проведен анализ понятия „услуга” и внесены предложения по уточнению классификации услуг. Внесены предложения по совершенствованию договорной работы по оказанию услуг и предложения по совершенствованию тарифной политики на жилищно-коммунальные услуги.

Ключевые слова: услуга, жилищно-коммунальный комплекс, тарифная политика.

Shevchenko V. V., Svistunova M. V. Features of Formation of Tariff Policy on Housing and Communal Services

The article describes the features of formation of tariff policy on housing and utilities. In a review of the concept of „service” and made proposals to clarify the classification of services. Made suggestions for improvement contract work to provide services and suggestions for improvements tariff policy on housing and utilities.

Key words: service, housing complex, the tariff policy.

Стаття надійшла до редакції 15.05.2013

Прийнято до друку 30.08.2013