

оснастить производственные предприятия достаточным парком большегрузных автомобилей. Особое внимание следует уделить повышению культуры потребления пивоваренной продукции и внедрению современных принципов организации сбытовых и складских операций, совершенствованию сети фирменной торговли, открытию представительств и обеспечению торговых посредников за пределами Республики Беларусь.

Список цитируемых источников

- 1 Байбардина, Т. Н. Конкуренция и конкурентоспособность фирмы на международном рынке: текст лекции для студ. / Т. Н. Байбардина. — Гомель: Белорус. торгово-эконом. ун-т потреб. кооперации, 2009. — 43 с.
- 2 Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пос. для студ. / Г. Д. Антонов. — М.: Инфра-М, 2012. — 298 с.
- 3 Ананьев, Д. А. Формирование конкурентоспособного рынка потребительских товаров / Д. А. Ананьев // Вестн. БГЭУ. — 2009. — № 1. — С. 73—79.
- 4 Язубец, Л. А. Факторы устойчивого развития пивоваренной промышленности Республики Беларусь / Л. А. Язубец // Новая экономика. — 2012. — № 1. — С. 226—231.
- 5 Ананьев, Д. А. Формирование конкурентоспособного рынка потребительских товаров / Д. А. Ананьев // Вестн. БГЭУ. — 2009. — № 1. — С. 73—79.
- 6 Язубец, Л. А. Факторы устойчивого развития пивоваренной промышленности Республики Беларусь / Л. А. Язубец // Новая экономика. — 2012. — № 1. — С. 226—231.

УДК 330.3

Вэн Хайчао, К. И. Рябова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

СТРУКТУРНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Введение. Одной из наиболее ярких тенденций экономики конца XX — начала XXI веков является высокий темп развития сферы услуг. Промышленное производство — основа успешного экономического развития стран, начиная с конца XVIII века, — уступило место сфере услуг, в связи с чем происходит структурная перестройка мировой экономики, сопоставимая по масштабам с индустриальной революцией. Сегодня уровень развития сферы услуг стал критерием социально-экономического развития государства. Так, «страна не может быть причислена к развитым странам мира, если в ее сфере услуг создается меньше 60 % ВВП» [1]. Кроме того, тенденции развития современной экономики показывают, что сектор услуг в целом превратился в основной драйвер экономического роста; он обеспечивает значительную долю ВВП многих стран. Так, в США и Великобритании на сектор услуг приходится свыше 80 % ВВП, в странах ЕЭС в целом этот показатель составляет около 74 %, в Японии свыше 70 %.

Основная часть. В процессе развития рынка сферы услуг и расширения качественной дифференциации оказываемых услуг, рассмотренные определения и соответствующие характеристики услуг приобретают все более относительный характер. Действия, которые можно назвать услугами, многочисленны и разнообразны, как и объекты, на которые направлены эти действия, в связи с чем всегда можно будет найти услугу, которая не соответствует какому-либо параметру из любого определения. Так, к примеру, знания, полученные человеком в результате обучения, сохраняются и после оказания услуги в области образования. Поэтому в последнее время специалисты сосредоточили свое внимание на видах деятельности, которые можно было бы отнести к сфере услуг, их классификации.

Существует множество классификаций услуг в зависимости от выбранного критериального признака. По функциональному подходу услуги классифицируются на производственные и потребительские, то есть услуги, удовлетворяющие потребности производства и услуги, потребляемые домашними хозяйствами (индивидами). Исторически потребительские услуги более изучены и, чаще всего, интуитивно понятны, в общем смысле это услуги, предоставляемые населению в области культуры, искусства, здравоохранения, бытового обслуживания. Производственные услуги более сложные, они являются источниками повышения эффективности производства и являются стратегическими для современной экономики [1, с. 73].

В зарубежной литературе распространено деление услуг на корпоративные и SOHO (smalloffice, home-office). Корпоративные услуги отличаются технологичностью и, соответственно, высокой стоимостью, к ним, в первую очередь, относятся деловые услуги. К сегменту услуг SOHO причисляют услуги, предоставляемые частным предпринимателям, руководителям и индивидуальным потребителям [2, с. 79]. Дж. Зингельман расширил функциональный подход, предложив выделить наряду с производственными и потребительскими услугами социальные и распределительные. По мнению данного автора к производственным услугам следует отнести инжиниринг, консалтинг, финансовые и банковские услуги, страхование, к потребительским — ресторанные, гостиничные, бытовые, домашние услуги. Социальные услуги включают в себя такие услуги, как образовательные, медицинские, благотворительные, а распределительные — торговые, транспортные, связь, фрахт [3, с. 66].

Рост удельного веса сферы услуг осуществляется на фоне роста высокотехнологичных и наукоемких отраслей, базирующихся на новейших достижениях научно-технического прогресса. Техничко-технологические

усложнения производственного процесса повысили спрос бизнеса на широкий круг услуг, способствующих повышению его конкурентоспособности. Решающим фактором повышения конкурентоспособности национальной экономики в постиндустриальном обществе становится активное развитие и разностороннее применение фундаментальных знаний, при этом знания становятся не только средством производства, но и продуктом (товаром). Превращение науки в массовую специальность, дифференциация и интеграция наук, расширение фронта проводимых комплексных и междисциплинарных исследований привели к небывалому росту знания и еще гораздо большему росту потока информации в обществе во всех сферах [4].

Цифровая экономика позволяет сокращать трансакционные издержки взаимодействия и осуществлять более тесное сотрудничество субъектов с государственными структурами. Особенность цифровой экономики состоит также в том, что ее наиболее эффективное функционирование осуществляется на рынках с большим количеством участников и высокой степенью применения ИКТ-услуг. Это привело к выделению определенных «интернет-зависимых» отраслей экономики, которые в современных реалиях без цифровизации не смогут существовать. К ним относятся в первую очередь такие отрасли, как транспорт, торговля, логистика и тому подобное.

Определяющим фактором цифровой экономики является критерий времени. Скорость реагирования, принятия решений, заключения соглашений определяет успех или неудачу компании на рынке. Сейчас в основном все работают в режиме online, то есть в режиме реального времени, обеспечивает мгновенную связь с потребителями.

Следующим фактором является актуализация перехода от материальных к нематериальным составляющим производственных процессов, в частности информации — ее цифровой обработки и передачи данных (Интернет-услуги и сервисы, программные продукты).

С развитием сети интернет важность расстояний и географического расположения субъектов предпринимательства уменьшается, соответственно, следующим фактором является глобализация экономического пространства — преобразование онлайн среды в одного глобального потребителя и конкурента одновременно.

Заключение. Таким образом, в ходе эволюции общества меняется доминирующий фактор производственной деятельности: с переходом к постиндустриальному обществу снижается значение воспроизводственного капитала как фактора производства, ключевым фактором экономической динамики становится интеллектуальный капитал. Сокращается спрос на физический труд и возрастает на интеллектуальный: становятся востребованы высококвалифицированные специалисты, носители интеллектуально капитала, способные творчески подходить к решению производственных задач. Все это предопределяет принципиальное изменение роли и места в структуре экономики сферы услуг. Количественно это выражается в увеличении ее доли в общем объеме общественного производства и продукта, а также в структуре занятости населения.

Список цитируемых источников

1. Бурменко, Т. Г. Сфера услуг в современном обществе: экономика, менеджмент, маркетинг: учеб. пособие / Т. Г. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. — М.: КноРус, 2015. — 120 с.
2. Стрелкова, И. А. Мировая экономика: учеб. пособие / И. А. Стрелкова — М.: РИОР: ИНФРА, 2014. — 424 с.
3. Singelmann, J. From agriculture to Service: The transformation of Industrial Employment. — Beverly Hills., 1978. — 144 p.
4. Гохберг, Л. Национальная инновационная система России в условиях «новой экономики» [Электронный ресурс] / Л. Гохберг // Портал «Инновации, инвестиции, индустрия». — М., 2003. — Режим доступа: // http://www.3i.ru/problems.asp?ob_no=1235. — Дата доступа: 26.06.2021.

УДК 347.441

И. Р. Дзик

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СУЩЕСТВЕННОЕ УСЛОВИЕ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО ДОГОВОРА В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТА

Введение. Согласно гражданского законодательства, а именно, п. 1 ст. 402 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее — ГК), договор считается заключенным, если между сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора [1]. Следовательно, если в договоре отсутствует положение хотя бы по одному из существенных условий, договор может быть признан незаключенным.

Основная часть. По юридическим последствиям признание договора незаключенным является более «тяжелым» случаем, чем его недействительность, так как в этом случае суд считает, что договор не существовал вообще, а значит, что и все исполненные по договору действия или обязательства не имеют никакого юридического значения. Последствия недействительности сделки к незаключенному договору не применяются, а суд, установив, что договор является незаключенным, оставляет без удовлетворения иск по спору о недействительности сделки.

По мнению А. Карапетова существенные условия договора — это такие условия, без прямого согласования которых договор не является заключенным и не порождает правовые последствия. В случае отсутствия в договоре существенного условия пробел в договоре носит фатальный для его судьбы характер [2].