



УДК 338.465.4:656.13

© *О. В. Кузнецова, 2007*

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ УСЛУГ В ПРОЦЕССЕ ИХ ВОСПРОИЗВОДСТВА

Кузнецова О. В. – преп. кафедры «Эксплуатация автомобильного транспорта» (ТОГУ)

Для современных рыночных отношений характерна тенденция к постоянному расширению товарного обращения, вызванная развитием науки и техники, изменением структуры потребностей, ростом производительности труда во многих отраслях народного хозяйства. В число товаров, реализуемых на рынке, вовлекаются не только разнообразные продукты производственной деятельности, представленные в материально-вещественной форме, но и результат коммерческой, интеллектуальной, научной деятельности, одним словом, обширный ряд услуг, выступающий как объект купли-продажи.

The current market relations development tends to continuous expanding the trade turnover caused by science and technology development, demand structure change, labor productivity growth in various branches of national economy. The market realized goods are not only the various material output products but also the products of commercial, intellectual and scientific work, i.e. a wide range of services as an object of buying and selling relations.

В процессе экономического развития «первичные отрасли» (сельское хозяйство, добывающая промышленность) уступают первенство в отраслевой структуре хозяйства «вторичным» (обрабатывающая промышленность и строительство), а те – «третичным» (сфера услуг). Во второй половине XX в. во многих развитых странах стал складываться новый тип экономики – постиндустриальный. Изменение структуры мирового хозяйства в этот период проявилось в интенсивном развитии сферы услуг, т. е. «третичного» сектора экономики. Это объясняется тем, что под воздействием научно-технического прогресса произошло отделение от сельского хозяйства многих видов деятельности и обособление их в особые отрасли промышленности и сферы обслуживания.



Важнейшим фактором изменения структуры ВВП промышленно развитых стран во второй половине XX в. стал переход непроизводственной сферы в доминирующую часть их экономики. Объем операций в сфере услуг превысил в этих странах объем производства в обрабатывающей промышленности. В 2000 г. доля сферы услуг в ВВП развитых стран превышала 65 %, а в США достигла 77 % [1].

За последние 40 лет цены на потребительские товары выросли в 3 раза, а на услуги – в 7 раз. В 90-е гг. цены на услуги росли втрое быстрее, чем на товары. Реструктуризация экономики предполагает увеличение доли сферы услуг. В развитых странах здесь создается до 70 % внутреннего валового продукта [2].

Российский рынок услуг начал формироваться в первой половине 90-х гг., следуя процессу рыночных реформ и приватизации. Для этого периода развития российской экономики характерно резкое снижение объемов промышленного производства и сельского хозяйства, что и привело к структурным сдвигам в валовом внутреннем продукте. В России к 2005 г. сфера услуг составляла 53,6 % от внутреннего валового продукта. В 2003 г. промышленность и производство товаров в целом выросли, по данным Госкомстата РФ, на 7 %, сельское хозяйство – на 2,7 %, а сектор услуг – на 7,4 %, в том числе торговля, общественное питание, транспорт и связь – на 10,3 % [3].

Таким образом, сфера услуг в современных условиях развития рыночных отношений становится наиболее динамичным сектором экономики. С начала 90-х гг. и до настоящего времени отечественный рынок услуг находится в процессе постоянного развития.

Сфера услуг представляет собой не специализированную отрасль, а особую сферу экономики. По классификации в неё входит около 150 отраслей, среди которых транспорт и связь, информационно-вычислительные услуги, геология и разведка недр, жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание населения, финансы, кредит и страхование, наука и научное обслуживание, здравоохранение, туризм и другие виды деятельности.

Среди названных отраслей наиболее распространены торговля, транспорт и связь, финансы и кредит, государственное управление, прочие услуги. В то же время экономические реформы в Российской Федерации привели не только к активизации развития классических отраслей экономики, но и к созданию новых видов услуг, таких как аудиторские, консалтинговые, компьютерные, услуги по проведению операций на рынке недвижимости, услуги в области рекламы, по подбору персонала, лизинговые, логистические и др. В таблице представлено распределение ВВП России по отраслям. Проанализировав данные таблицы, мы прослеживаем динамику незначительного



роста производства услуг за счет таких отраслей производства, как транспорт и связь, торговля и сокращение доли производства товаров в общем составе ВВП. Однако представленные в таблице данные не дают полной картины о структуре сферы услуг и ее развитии. Вопросы состава «третичного» сектора экономики, так же как и его границы, остаются объектом дискуссии.

Большое значение имеет дальнейшее совершенствование транспортных, телекоммуникационных, финансовых, лизинговых услуг, которые являются важным звеном инфраструктуры всей экономики в целом. Многие услуги (например, туристические, юридические, консультационные), не требуя больших капиталовложений, выступают в роли фактора социальной стабильности, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест в стране и способствуя тем самым увеличению ВВП.

Производство ВВП в 1995–2003 гг. по отраслям, % от ВВП [4]

Отрасль	Год						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2003
Производство товаров	45,6	45,5	43,4	42,1	45,7	43,3	43,3
Промышленность	30,0	30,3	29,1	29,7	33,4	32,1	33,4
Сельское и лесное хозяйство	7,0	7,0	6,4	5,3	5,5	4,5	3,3
Строительство	8,6	8,2	7,9	7,1	6,8	6,7	6,6
Производство услуг	54,4	54,5	56,6	57,9	54,3	56,7	56,7
Транспорт и связь	12,0	12,2	12,6	11,0	9,0	9,1	9,1
Торговля и заготовки	19,9	18,3	17,8	19,0	23,0	23,7	23,4
Прочие услуги	22,5	24,0	26,2	27,9	22,3	23,9	24,2
Рыночные	9,2	10,3	11,7	12,4	10,7	11,5	12,1
Нерыночные	13,3	13,7	14,5	15,5	11,6	12,4	12,1
В том числе:							
науча	0,6	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4	0,5
здравоохранение	2,3	2,6	2,6	2,8	2,1	2,3	2,4
образование	3,5	3,8	3,8	3,8	2,8	2,8	2,6
оборона	1,9	1,9	2,0	2,2	2,0	2,1	2,1
управление	3,2	3,0	3,7	4,2	3,1	3,1	3,1

Несмотря на важность и актуальность сферы услуг в современной российской экономике, ей незаслуженно мало уделяют внимания в

статистическом учете как во внутреннем производстве, так и во внешней торговле. Так, до настоящего времени не выработаны четкие определения, позволяющие классифицировать услуги. Структура «третьего» сектора по этой причине в различных странах отличается. Роль услуг в процессе регионального воспроизводства сегодня приобретает статус исключительного объекта для научных исследований. Тормозом развития практической деятельности участников рынка услуг является несоответствие в отнесении тех или иных видов услуг к экспортно-импортным операциям. До настоящего времени среди экономистов нет единого мнения о сущности и роли услуг в общественном производстве.

Уточнение состава услуг, их классификация может быть произведена только при точном определении понятия «услуга».

По определению американского специалиста по маркетингу Филлипа Котлера: «Услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде» [5]. Особенностью услуг, таким образом, по сравнению с производством продукции является то, что услуга удовлетворяет потребности (общественные, производственные, личные) деятельностью, а не вещественной, осязаемой формой. В данном толковании понятия «услуга» под услугами, на наш взгляд, понимается большое разнообразие видов деятельности и коммерческих занятий.

Теоретические основы услуг как широкого экономического понятия, существующего при товарном производстве, были определены К. Марксом: «Это выражение означает вообще не что иное, как ту особенную потребительную стоимость, которую доставляет этот труд, подобно всякому другому товару; но особая потребительная стоимость этого труда получила здесь специфическое название «услуга» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности».

В некоторых случаях под услугами понимается даже еще более широкое понятие, а именно результаты деятельности всех инфраструктурных отраслей [6]. Некоторые современные авторы отождествляют услуги с определенным видом потребительной стоимости, удовлетворяющей производственные и личные потребности.

Наиболее важным признаком услуги является то, что в ней неразрывно связаны два процесса – производство и потребление. При предоставлении того или другого вида услуги эти два процесса неотделимы друг от друга в отличие от удовлетворения потребности предметной формой продукта.



Услуги подразделяются на материальные и нематериальные, или услуги производственных и непроизводственных отраслей. Основным фактором для отнесения услуги к той или иной сфере служит место потребления. Для услуг нематериального (непроизводственного) характера – это удовлетворение личных и общественных потребностей, результат воздействия на самого человека. Главный признак материальной услуги состоит в том, что люди воздействуют на материальные продукты природы, преобразуя их для человеческих потребностей. К материальным услугам относятся те, которые преимущественно осуществлялись в сфере обращения общественного продукта. Анализируя содержание баланса народного хозяйства, мы видим, что услуги непроизводственного характера не входят в состав совокупного общественного продукта.

Несколько иной взгляд на роль услуг в процессе воспроизводства содержится в Системе национального счетоводства – учетной политике, принятой за рубежом. Главное отличие заключается в определении характера производственной деятельности. В Системе национального счетоводства (СНС) – это любая деятельность, приносящая доход. По данному определению, концепция СНС рассматривает экономику как единое целое, без проведения особых различий между производством материальных благ и оказанием услуг. Это позволяет оценить потоки продукции и услуг, доходы и расходы между всеми хозяйствующими субъектами в рамках одинаково трактуемой и непротиворечивой модели экономики. Приведенное выше определение ставит в равноправное положение с предприятиями материальной сферы учреждения и организации, производящие личные и общественные услуги. Таким образом, производственные предприятия и организации, производящие услуги, становятся равноправными субъектами хозяйствования, участвующими в производстве валового внутреннего продукта.

В международном стандарте ИСО 8402-86 «Качество. Словарь, содержащий общие термины и определения в области качества» услуга определяется как деятельность, связанная с обменом стоимостей, направленная на удовлетворение потребностей, выраженная в форме спроса, которая не сводится к передаче права собственности на некоторый материальный продукт.

Несмотря на разные толкования понятия «услуга», исходным и основополагающим моментом является то, что услуги создают необходимые условия для расширения воспроизводственного процесса и гармоничного функционирования экономики в целом. В обобщенном понимании услуга представляет собой определенного вида деятельность, которая приносит пользу потребителю.

Анализ природы услуг позволяет нам выделить их основные особенности, наибольшее значение из которых имеют следующие: услуга – это сочетание процесса ее оказания и результата; потребитель чаще всего является участником процесса ее оказания; в зависимости от объекта услуги бывают материальные и нематериальные; производитель услуги не является собственником её результата; процесс предоставления и потребления услуги, как правило, бывает одновременным; услуги невозможно сохранить и накопить [7].

Проанализировав взгляды различных авторов на рассматриваемое понятие, по нашему мнению, целесообразно сформулировать следующее определение: услуга – специфический, особый результат процесса воспроизводства, удовлетворяющий общественные, производственные, личные потребности, имеющий свойства неотделимости от производителя, неосвязаемости, не обладающий сохранностью и накоплением и не приводящий к созданию самостоятельного вещественного продукта воспроизводства.

Данное определение предоставляет возможность дать характеристику и провести анализ особенностей услуг, разработать их классификацию и выделить основные факторы, влияющие на развитие рынка услуг.

Услугам свойственны характеристики, значительно отличающие их от вещественных продуктов и накладывающие свой отпечаток на процесс их производства, сбыта и потребления.

Под «услугой» мы понимаем результат деятельности или экономических процессов, оказывающих воздействие на потребителей одновременно с их производством, полезность же услуг проявляется в самом процессе их производства. К таким услугам, например, относятся услуги образовательной, культурно-развлекательной сферы, юридические, консультационные. Потребитель такой услуги после ее приобретения обладает знаниями, впечатлениями, ощущениями. Примечательно, что вне зависимости от того, где происходит потребление услуги (в процессе производства или населением), ее эффективность во многом зависит от психофизиологических характеристик, уровня интеллекта и образования, мотивации конкретного человека. Потребитель не имеет вещественных доказательств, а может руководствоваться собственными субъективными оценками. Документальные подтверждения свидетельствуют лишь о том, что такая услуга была приобретена, но не могут выступать гарантом качества и действенности и оценивать изменения личностных характеристик человека и его поведения. Это свойство обуславливает дифференциацию спроса на характер услуги. Предложение формируется исходя из особенностей потребителя. В идеале каждая нематериальная услуга рассчитывается на конкретного человека,



т. е. должна обладать индивидуальными качествами, отвечая представлениям субъекта [8].

К следующей немаловажной особенности характеристики услуг можно отнести, на наш взгляд, неотделимость услуг от их производителя. Продукт в материально-вещественной форме существует и обращается независимо от его производителя. Услуга же не может быть отчуждена от продуцента. Она потребляется в присутствии производителя. Производство многих услуг совпадает с их потреблением во времени и пространстве. Это явление и отсутствие осязаемых результатов услуг затрудняет процесс выбора потребителя. Потребитель оценивает полезность услуги только после совмещенного процесса «производство–потребление», не имея возможности заранее оценить качество услуги полностью. Оно зависит от конкретного исполнителя – его профессиональных знаний, умений, опыта, личностных характеристик, и, следовательно, может варьироваться в широких пределах. Эффективность деятельности фирм, осуществляющих производство услуг, их конкурентоспособность на рынке услуг во многом зависит от характеристики трудовых ресурсов. В этом отношении «третичный» сектор экономики обладает неплохими потенциальными возможностями: сравнительно низкой стоимостью рабочей силы, что особенно важно для трудоемких услуг; в целом высоким уровнем образования рабочей силы; способностью быстро приспосабливаться к требованиям экономической среды, проявлять мотивацию и творческий подход. У одного и того же исполнителя в зависимости от условий рыночной среды могут меняться настроение, мотивация и, как следствие, качественные характеристики оказываемой услуги. В отраслях, производящих материальные услуги, проблема повышения качества и эффективности во многом может быть решена путем оснащения техническими средствами, тщательного решения кадровой политики и путем контроля за действиями производителей услуг. В сфере нематериальных услуг наряду с указанными факторами первостепенное значение имеет работа с персоналом, активизация творческих возможностей работников, внедрение организационной культуры.

К следующей особенности, по нашему мнению, можно отнести не-сохраняемость услуги. Услуга не обладает способностью сохраняться, ее невозможно складировать и транспортировать – эти положения обусловлены неотделимостью воспроизводственного процесса «производство–потребление». Немаловажно и то, что услугой невозможно владеть. В процессе воспроизводства продукт в натурально-вещественной форме имеет свойство сохраняемости. Именно это свойство дает возможность владеть продуктом, передавать его и совершать с ним другие операции. Свойством сохраняемости обладают и некоторые нематери-



альные явления, например права – авторские, лицензии, ноу-хау и т. п. В этом случае возникает возможность владеть ими. Услуга же одновременно производится и потребляется, что не дает возможности завладеть ею.

С точки зрения создания условий для осуществления воспроизводственного процесса различают услуги, связанные с обслуживанием функционирования товарных рынков, и услуги социального характера.

Количественные и качественные характеристики этих услуг определяются уровнем развития экономики и состоянием входящих в состав сферы услуг элементов. Таким образом, определить конкретное содержание сферы услуг, не сочетая его с принятой системой основной структуры организации экономики, невозможно. Следовательно, нельзя выделить единый постоянный состав сферы услуг, так как он будет зависеть от экономических проблем данного хронологического периода, от специфики рассматриваемого региона и отрасли, от задач и функций анализируемого хозяйствующего субъекта.

Научную правомерность отнесения какого-либо вида трудовой деятельности к услугам можно определить по основным признакам только в комплексе. При этом нельзя не отметить, что в основе классификации трудовой деятельности и выделения услуг конкретные виды труда должны быть систематизированы. Однако их классификация может проводиться для различных целей, и в связи с этим она зачастую носит условный характер. Определить с абсолютной точностью границы материально-вещественных, финансовых, информационных и других видов деятельности не представляется возможным хотя бы потому, что условия развития рынка предполагают постоянную смену закрепления одних функций за различными субъектами на другие. В любом случае должна соблюдаться методология разграничения – по содержанию процессов, функциональной роли и месту в воспроизводственном процессе.

В период перехода к рыночным отношениям наряду с изменением форм собственности, системы управления, сферы хозяйственных взаимоотношений меняются как вертикальные, так и горизонтальные связи, возникают новые отношения, трансформируются экономические интересы предприятий и организаций сферы услуг. Происходит изменение состава функций сферы услуг и ее роли в создании нужных условий для осуществления процессов воспроизводства. К основным функциям сферы услуг на данном этапе относятся: создание экономической среды для развития хозяйствующих субъектов, обеспечение материальных, финансовых и информационных связей между ними; удовлетворение спроса на услуги как предприятий и организаций, так и отдельных личностей и в конечном итоге формирование и развитие



национального рынка. Посредством оказания услуг технологически, экономически и организационно фазы воспроизводственного процесса «скрепляют» как предприятия различных форм собственности, так и отдельные индивидуумы. Эта функция обеспечивает продвижение продукта в структуре процесса воспроизводства и препятствует увеличению потерь товара.

Следовательно, условия рынка трансформируют сферу услуг, которая представляет собой систему, обеспечивающую свободный обмен и перелив различных ресурсов – сырьевых, финансовых, трудовых, интеллектуальных, информационных, на основе которой возможно развитие экономически эффективной системы хозяйствования в связи с конъюнктурными колебаниями спроса.

Рассматривая понятие услуг и анализируя их особенности, можно определить их классификационные признаки. На наш взгляд, целесообразно назвать следующие: материальность и нематериальность, особенности оказания, направленность потребления, мотивация производства, отраслевая принадлежность услуги.

Материальность, или осязаемость, услуги определяется ее связью с продуктом в натурально-вещественной форме или использованием материальных носителей при ее предоставлении. Материальными являются услуги транспорта, коммерческие, жилищно-бытовые, торговли, в сфере общественного питания и др. С использованием материальных носителей связано также предоставление информационных услуг и услуг связи.

К нематериальным услугам традиционно относят образование, здравоохранение, туризм, управление, консультационные, юридические и т. д.

Особенности оказания услуги прежде всего обусловлены возможными источниками услуги. Среди услуг, источником которых служит машина, есть такие, что требуют наличия автоматов (автоматические установки для мойки и заправки автомобилей, торговые и игровые автоматы), либо устройств, управляемых операторами сравнительно низкой квалификации (такси), либо оборудования, управляемого высококвалифицированными специалистами (железнодорожный и авиационный транспорт, телекоммуникационная связь). Такие услуги относят к сфере высокотехнологичных. К сфере высокотехнологичных услуг относят фирмы с высокой долей высококвалифицированного труда (специалисты составляют большую часть персонала), затрат на НИОКР (более 5 % объема продаж), в их составе имеются научно-технические подразделения. Несмотря на то что эта цифра очень субъективна, она позволяет выделить виды услуг, требующие наиболее квалифицированного труда, постоянного обновления ассортимента используемых

технологий и, соответственно, знаний и навыков персонала. Особенностью данного вида услуг является то, что открываются широкие перспективы для использования достижений современной науки и техники при механизации и автоматизации процесса оказания услуги. Это позволяет придать услуге дополнительную ценность и повысить ее эффективность, особенно в таких отраслях, как транспорт, связь, информация.

Среди услуг, источником которых является человек, можно выделить такие, что требуют наличия либо таланта (искусство), либо высокого профессионализма (консультационные услуги), либо квалифицированных специалистов (высокотехнологичные услуги), либо неквалифицированной рабочей силы (уборка мусора). Данные виды услуг характеризуются тем, что обязательно требуют присутствия человека. Это в конечном итоге приводит к высокой трудоемкости и низкой производительности труда, так как в этих видах деятельности возможна механизация и автоматизация вспомогательно-обслуживающих процессов, но машины не могут полностью заменить труд работника (преподавателя, врача, консультанта и др.).

С точки зрения особенностей потребления выделяется три группы услуг: для удовлетворения личных, коллективных и общественных потребностей. Разделяя таким образом услуги, следует иметь в виду, что в конечном счете потребителем выступает конкретный индивидуум или группа людей. Фактически потребитель является прямым участником процесса производства услуги. Как правило, он должен уточнить производителю свою проблему, поставить задачу, снабдить его необходимой информацией. С этой точки зрения производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны. Многие авторы считают, что это самый главный фактор, который делает услуги действительно услугами, отличает их от товара.

В маркетинговых исследованиях выделяют потребительский рынок, рынок производителей, рынок промежуточных продавцов, рынок учреждений, международный рынок. В маркетинг услуг также включается и личная способность их производителя сотрудничать с клиентом во время работы. Кроме того, его личные взаимоотношения с клиентом сильно влияют на эффективность производства услуг и конечный результат.

Практически все секторы национальной экономики занимаются производством услуг. Коммерческие учреждения производят весь спектр индивидуальных услуг и реализуют их по ценам, превышающим издержки производства и обращения. Под индивидуальными услугами в данном случае понимаются те, которые предоставляет населению или отдельному индивидууму организация-предприятие. Фи-



нансовые учреждения производят и предоставляют на платной основе финансовые услуги, объем которых в составе ВВП развитых стран составляет значительную долю.

Три сектора национальной экономики производят так называемые бесплатные услуги. Учреждения общегосударственного управления производят бесплатные услуги коллективного пользования, удовлетворяющие общественные потребности. Основными источниками финансирования производства этих услуг являются бюджеты разного уровня, в том числе и средства налогоплательщиков. Вместе с так называемыми услугами социального характера, которые традиционно рассматриваются в отечественной экономической литературе, зарубежные экономисты считают, что в этом секторе производится еще ряд услуг, которые не исследовались в этом качестве российскими учеными. К таковым относятся управление экономикой, поддержание правопорядка и т. д. Также не имели экономической оценки услуги, производимые общественными организациями и домашними хозяйствами. Между тем бесплатные услуги, производимые в этих секторах, вносят довольно весомый вклад в создание системы жизнедеятельности человека. Бесплатные услуги, производимые в домашних хозяйствах, могут составлять от 25 до 51 % официально учтенного ВВП. В более развитых странах значительная доля этой разновидности услуг выносится в рыночный сектор. В российской экономике значительна роль домашних хозяйств как в производстве продуктов в натурально-вещественной форме, так и в производстве услуг.

Характерной особенностью услуг, отмечаемой ранее, является совпадение во времени и пространстве процесса их производства и потребления. Это часто приводит к тому, что услуга производится и потребляется в пределах одного субъекта хозяйствования. Так, например, происходит в домашних хозяйствах, на предприятиях отраслей материального производства. Развитие экономики сопровождается различными процессами появления специализированных предприятий, производящих определенного рода услуги. Так появились транспортные компании, сбытовые и снабженческие предприятия. Процесс специализации в производственной сфере сопровождался и сопровождается появлением новых организационных форм комбинирования обособленных видов деятельности. Создавая новые объединения, компании стремятся повысить эффективность своей работы, уровень конкурентоспособности своей продукции и производимых услуг, снизить риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами. Во второй половине XX в. появляются финансово-промышленные группы – интегрированные структуры, которые соединяют воедино несколько блоков: финансовый, коммерческий, производственный и сервисный. В финансово-



промышленные группы входят банки, инвестиционные и страховые компании, пенсионные фонды, товарно-сырьевые биржи, рекламные подразделения, внешнеторговые компании, информационные подразделения, сервисные фирмы.

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что экономические реформы в Российской Федерации привели не только к активизации развития традиционных отраслей, но и созданию новых видов услуг (аудиторские, лизинговые, компьютерные, бухгалтерские, услуги по проведению операций на рынке недвижимости и др.) Однако в целом российская индустрия услуг характеризуется все еще как нарождающаяся – *infant industry*. Это состояние требует продуманного подхода к стратегии развития и регулирования отраслей услуг с учетом соблюдения равенства интересов иностранных и отечественных поставщиков в тех или иных секторах услуг. С одной стороны, следует защищать интересы российских поставщиков, а с другой – создавать конкурентную среду с участием иностранных поставщиков на рынке услуг, что приводит в конечном счете к мотивации деятельности российских участников рынка. Большое значение имеет дальнейшее совершенствование транспортных, телекоммуникационных, финансовых услуг, которые являются основой инфраструктуры всей экономики. Многие из секторов услуг (например, туристические, консультационные, юридические), не требуя больших капиталовложений, являются фактором социальной стабильности, обеспечивая создание рабочих мест в стране. Другие секторы, такие как транспорт (в частности автомобильный), не только создают дополнительные рабочие места, но и через систему межотраслевых связей стимулируют развитие широкого круга секторов промышленности.

Библиографические ссылки

1. Дунаев О. Н. Состояние российского рынка услуг // <http://wto.ru/content/documents/doks/sostrynok.dok>.
2. Булатов А. С. Мировая экономика. М., 1999.
3. Шкарпова Е. Страна добрых услуг // <http://www.kontrakty.com.ua/show/rus/article/30/0320066744.html>.
4. Маклярский Б. М. Экономика России. М., 2001.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 1990.
6. Колодин В. С. Логистическая инфраструктура регионального товарного рынка. Иркутск, 1999.
7. Николашин В. М. Сервис на транспорте. М., 2004.
8. Рябушкин Б. Т., Хоменко Т. А. Система национальных счетов. М., 1993.