Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**Кубанский государственный университет**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

Экономический факультет

#### КУРСОВАЯ РАБОТА

**Роль сферы потребительских услуг в экономике государства**

Выполнила:

студентка I курса

экономического факультета

специальность «Торговое дело»

группа111 Борисова Анастасия Андреевна

Научный руководитель: Дедков Вадим Николаевич

преподаватель

Нормоконтролер : Дедков Вадим Николаевич

преподаватель

Краснодар 2017

Содержание

Введение………………………………………………...……...………...3-4

1. Теоретические основы сферы услуг………………………….…….5
	1. Понятия «сфера услуг», «услуга». Классификация, структура услуг………………………………………………………………………………5-15
	2. Эволюция сферы услуг……………………………………...….15-17
	3. Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе…………18-19
2. Экономика России и США. Роль сферы услуг в экономике современных стран…………. …………………………………………………....…...20
	1. Развитие сферы услуг в США……………………….…………20-24
	2. Развитие сферы услуг в России………………………………..24-27
	3. Перспектива развития сферы услуг в экономике России…………………………………………………………………….……….27-28

Заключение…………………………………………………..………...29-30
Список использованной литературы……………………...…………..…….31-32

Введение

Роль услуг, как одного из важнейших секторов экономики, очень велика и актуальна. В последние годы сфера услуг стала одной из самых перспективных отраслей экономики. Сегодня как развитые, так и развивающиеся страны стремятся ускорить развитие сферы услуг для воздействия на экономический рост.
 Одни из главных причин развития данной сферы   - это трансформация индустриальной экономики в постиндустриальную, усложнение структуры производства, усложнение техники, рост жизненного уровня населения, глобализация общества  и другое.
Мы считаем, что выбранная тема «Роль сферы потребительских услуг в экономике государства» , на данный момент актуальна, так как именно развитие данной сферы лежит в основе постиндустриального общества, в котором мы живём.

Степень изученности данной темы не велика, так как четкого понимания сферы услуг как сферы, которая проникает во все сферы человеческой деятельности, еще нет, но интерес к данной теме проявляют многие российские и зарубежные авторы.

Цель  работы – выявить роль сферы потребительских услуг в экономике государства.

Основные задачи курсовой работы:
1. Исследовать понятие и классификацию услуг.
2. Изучить эволюцию сферы услуг.
3. Отразить роль сферы услуг в постиндустриальном обществе.
4. Сравнить уровни развития сферы услуг в экономике современных стран.
5. Проанализировать перспективы развития сферы услуг в экономике России.
Объектом исследования является сфера потребительских услуг в экономике стран мира:  США и Россия.
Предметом исследования можно считать влияние развития сферы услуг на экономику государства.

Теоретическая база исследования – теоретические знания о сфере услуг в целом.

Методологической базой исследования стали различные методы исследования сферы услуг, такие как сбор данных, аргументов и их анализ.

Эмпирическая база исследования – различные учебные пособия по экономике, статьи из научных журналов, учебно-методические комплексы по теме курсовой работы.

Структура данной работы представляет собой введение, две главы, заключение  и  список  используемой  литературы.

1.Теоретические основы сферы услуг

1.1 Понятия «сфера услуг», услуга». Классификация услуг

Тяжело представить развитое экономическое общество без самостоятельной, экономически развитой системы, которая представляет собой механизм совокупности отраслей экономики, специализирующихся на предоставлении услуг. Данная система называется – сфера услуг.
В настоящее время можно найти множество определений понятия «услуги». Многие отечественные и зарубежные авторы дают трактовку данному понятию по-разному.
 В «Современном экономическом словаре» услуги рассматривают как «виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создаётся новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта: Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности; Таким образом, само оказание услуг создаёт желаемый результат. К услугам относят бытовое, коммунальное, транспортное, обслуживание, обучение, лечение,культурно-воспитательную работу, уход за детьми и престарелыми»[16].

Ф.Котлер определяет услугу как «любое мероприятие или выгода, которая одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо»[12].
Государственный стандарт Российской  Федерации  ГОСТ 50646-94 Услуги населению определяет услугу  как «Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя»
 Е. В Песоцкая говорит о том, что «….услуга полезна не как вещь, а как деятельность» [14].
 Дойль П. «Услуга является действием или выгодой, ее покупатель не получает права собственности на какой – либо материальный объект.» [7].
 Данные определения отражают нематериальный характер услуг, способность воздействовать на потребителя неосязаемо. Это действительно так, потому что большинство услуг до момента их производства трудно представить, а можно лишь предположить, как и каким образом они будут оказаны. К услугам такого рода можно отнести работу менеджера, официанта, консультанта в магазине и другие.
 Существуют и осязаемые услуги, которые в процессе производства содержат определённую материальную базу, которая даёт возможность потребителям в процессе приобретения оценить их качество. К таким услугам относят  отдельные виды медицинских, туристических, строительных и других услуг.
 Основными отличительными чертами услуг от товара являются: неосязаемость, неспособность услуг к хранению, непостоянство качества, неразрывность взаимосвязи производства с потреблением.
Рассмотрим каждую характеристику отдельно.[5].
 1. Неосязаемость услуг.
Не позволяет потребителю заранее  потрогать, осмотреть, попробовать на вкус, определить ценность услуги до момента её приобретения. Потребителю приходится надеяться на качественную услугу исходя из цены, оборудования, персонала и других факторов.
 2.Неспособность услуг к хранению.
Услуги не могут быть  сохранены для продажи (перепродажи), поэтому производители должны прогнозировать потребительский спрос на них.
 3. Непостоянство качества.
Большая часть услуг выполняется людьми, поэтому покупатель и человек, который оказывает услугу, вынуждены взаимодействовать друг с другом. Результат зависит от их общих действий. Качество услуг может изменяться, в зависимости от того, когда, кем и при каких обстоятельствах они были оказаны.
 4. Неразрывность взаимосвязи производства с потреблением.
Услуги  сначала продают, а потом производят и потребляют, происходит этот процесс  одновременно, в отличие от товаров. Услуги нельзя  отделить от их источника. Человек будет считаться частью услуги, если он эту услугу предоставляет.

Разница в физических характеристиках между товарами и услугами обусловливает и разницу в соответствующих способах торговли ими. ГАТС определяет торговлю услугами как поставку услуг четырьмя основными способами (статья I , пункт 2):
 1. С территории одной страны на территорию другой страны - т.н. «трансграничная поставка», которая предполагает нахождение потребителя и поставщика услуг по разные стороны границы в момент оказания услуги. Например, предоставление по факсу информации или консультаций, грузовые перевозки, осуществление международных расчетов в режиме реального времени; перевод денег из страны в страну;
 2. Передвижение потребителя в страну, где предоставляется услуга («потребление за рубежом»;). Например, услуги, оказываемые иностранному туристу в стране его временного пребывания: он пользуется услугами предприятий общественного питания, ему оказываются услуги местных экскурсоводов, предприятий по организации досуга и проч. При этом понимается, что перемещение непосредственно самого потребителя услуги не всегда обязательно: достаточно перемещения собственности потребителя (например, услуга по ремонту судна за рубежом может предполагать только перемещение судна); в этом случае услуга потребляется в месте нахождения собственности, а не в месте нахождения потребителя;
 3. Учреждение поставщиком услуги одной страны коммерческого присутствия на территории другой страны, где должна оказываться услуга («коммерческое присутствие»); «коммерческое присутствие» - любая форма делового или профессионального учреждения, включая создание, приобретение или сохранение юридического лица, филиала или представительства (ст. XXVIII, d), т.е. присутствие экспортера в стране-импортере. Например, компания МакДональдс учреждает в Москве дочернюю компанию и открывает сеть своих ресторанов для обслуживания клиентов в России или иностранный банк учреждает отделение в России. В тех случаях, когда услуга поставляется не напрямую юридическим лицом, а через другие формы коммерческого присутствия, такие как филиал или представительство, поставщику услуги (т.е. юридическому лицу) через такое присутствие предоставляется режим, который действует в рамках ГАТС в отношении поставщиков услуг;
 4. Оказание услуги поставщиком услуги одной страны через присутствие физических лиц этой страны на территории любой другой страны («перемещение физических лиц»); например, хирург - иностранный гражданин приезжает в Россию для проведения операции российскому гражданину, или инженер – иностранный гражданин приезжает для участия в строительстве в России. При этом, поскольку под поставщиком услуги понимается любое лицо, которое предоставляет услуги (ст.XXVIII, g), то к таким физическим лицам относятся как лица, оказывающие услуги в качестве индивидуальных предпринимателей, так и сотрудники компаний-поставщиков услуг (штатные и нештатные).
 Под поставкой услуги понимается производство, распределение, маркетинг, продажа  и  доставка  услуги  (статья  XXVIII,  b). [18].
 Свойства,  которые отличают услуги от товаров,  позволяют выделить их  производство в отдельную сферу экономической деятельности. Отрасли, производящие услуги, принято относить к сфере третичного производства.
Деление производства на первичный, вторичный и третичный сектора позволяет детально изучить вклад каждого из секторов в экономическое развитие страны.
 Во всех развитых и развивающихся странах мира с переходной экономикой намечено смещение в сторону роста сектора сферы услуг.  Услуги задействованы практически во всех отраслях экономики и предприятия. Быстрый рост их распространения позволяет выделить услуги в отдельную сферу.

Характеристика сферы услуг стала подробно рассматриваться разными авторами. Например, в современном экономическом словаре понятие «сфера услуг» трактуется, как «совокупность отраслей экономики, предоставляющих услуги населению. В сферу услуг принято включать культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреационные услуги, общественное питание»[16].
 В большом экономическом словаре сфера услуг – это « система отраслей народного хозяйства, продукты, потребительная стоимость которых выражается в предоставлении удобств. В С.у. труд не материализуется в вещах. Процесс производства услуг, как правило, совпадает с их потреблением. Различают: С.у. материального производства (транспорт, связь, бытовое обслуживание); С.у. духовной жизни (образование, физическая культура, наука, искусство); С.у. в социальной сфере (торговля, жилищно-коммунальное обслуживание, здравоохранение)» [2].
 Кликич.  Л.М  представляет  сферу  услуг  «как особую сферу экономики,  главным отличительным признаком которой является характер специфических экономических отношений общественного обмена труда» [11].
 В коллективной монографии под научной редакцией доктора экономических наук  В.Н.Соловьёва говорится о том, что сфера услуг это не только совокупность юридических фирм, которые оказывают услуги, но и инициатива частных лиц, действующих в рыночной среде.[17].
 Можно сделать вывод, что определения разных авторов близки по смыслу. Элементами сферы услуг, как отдельного сектора экономики, являются её отрасли, различные виды услуг, которые формируют классификационные группы изнутри.
 Услуги группируются с помощью ряда признаков, такие как:
«степень осязаемости сервисных процессов; место и время предоставления услуг; степень кастомизации или стандартизации услуг; характер взаимоотношений с клиентами; объект предоставления услуг; степень сбалансированности спроса и предложения; роль персонала и оборудования в сервисном процессе»  [Лавлок, 2005]. [3].
 На основании вышеперечисленных признаков сформировано множество классификаций услуг. «Особую известность приобрела серия из пяти матриц, предложенных К. Лавлоком [Lovelock, 1983]» [3]. Таблица 1. «Природа предоставления услуг»

|  |
| --- |
| Природа предоставления услуг |
| Действия по предоставлению услуг | Объект воздействия |
| Люди | Другие объекты |
| Осязаемые | Услуги салона красоты | Химчистка одежды |
| Неосязаемые | Образовательные услуги | Юридические услуги |

Таблица составлена на основе данных, предоставленных в учебном пособии Балаевой О.Н, Предводителевой М.Д «Управление организациями сферы услуг»[3].
 Данная таблица отражает четыре группы услуг. Исходя из этой классификации, услуги могут быть направлены на человека и  его сознание.
К левому верхнему квадранту – «Люди»,  «Осязаемые действия» – относят услуги, оказание которых предполагает осуществление осязаемых действий, направленных на потребителя.

Квадрант «Люди», «Неосязаемые действия» позволяет выделить услуги, которые предоставляются  людям. Последний из квадрантов таблицы соответствует характеристикам «Иные объекты»,«Неосязаемые действия»

Таблица 2. «Взаимодействие с потребителями»

|  |
| --- |
| Взаимодействие с потребителями |
| Предоставление услуг | Тип взаимодействия между сервисной организацией и потребителями |
| Оформленное | Неоформленное |
| Продолжительное | Страховые услуги | Уличное освещение |
| Дискретные трансакции | Гарантийный ремонт | Бизнес-ланч |

Таблица составлена на основе данных, предоставленных в учебном пособии Балаевой О.Н, Предводителевой М.Д «Управление организациями сферы услуг»[3].

Вторая классификация делит услуги на четыре группы по другим признакам – типу взаимодействия между сервисной организацией и её потребителями  и по продолжительности отношений с ними.

Квадрант «Оформленное взаимодействие», «Продолжительное предоставление» объединяет услуги, которые оказываются в долгосрочной перспективе при условии официального оформления отношений организации и потребителей.

К правому верхнему квадранту относятся общественные блага (уличное освещение, общественные дороги и другое).

Квадрант «Неоформленное взаимодействие», «Дискретные трансакции»- это услуги, которые ориентированы на совершение отдельных сделок ( при этом они не требуют заключения официального соглашения). Пример -  проезд в общественном транспорте.

Таблица 3. «Кастомизация услуги и использование мнения контактного персонала»

|  |
| --- |
| Кастомизация услуги и использование мнения контактного персонала |
| Степень использования мнения персонала | Степень кастомизации услуги |
| Высокая | Низкая |
| Высокая | Тренинг | Поточная лекция |
| Низкая | Услуги семейного ресторана | Услуги ресторана быстрого питания |

Таблица составлена на основе данных, предоставленных в учебном пособии Балаевой О.Н, Предводителевой М.Д «Управление организациями сферы услуг»[3].

Данная таблица учитывает  степень разработки услуги «под клиента» (кастомизации)  предоставляемой организацией услуги, а также – степень использования мнения  персонала при оказании определённой услуги.

Сервисная организация может предоставлять услуги разной степени кастомизации – от некастомизированых, стандартизированных, до услуг с высокой степенью кастомизации.

Квадрант «Высокая степень кастомизации услуги», «Высокая степень использования мнения контактного персонала» объединяет услуги, такие как разработка дизайна квартиры или подбор вариантов ее обмена. В такой сервисной деятельности велика роль персонала, непосредственно взаимодействующего с потребителями.

Нижний левый квадрант матрицы образуется комбинацией «Высокая степень кастомизации услуги», «Низкая степень использования мнения контактного персонала». Сюда входят услуги по размещению гостей в отеле или услуги семейного ресторана.

Четвертый выделяемый квадрант включает услуги, при предоставлении которых мнение персонала используется в незначительной степени. Это услуги, предоставляемые ресторанами быстрого обслуживания или кинотеатрами.

Таблица 4. «Способ доставки услуг»

|  |
| --- |
| Способ доставки услуг |
| Взаимодействие клиента и организации | Место предоставления услуги |
| Единственное | Многочисленное |
| Потребитель сам идёт в организацию | Услуги спорт.комплекса | Услуги прачечных |
| Организация «идёт» к потребителю | Малярные работы | Услуги эвакуаторов |
| Взаимодействие на расстоянии | Услуги радиостанции | Доступ в Интернет |

Таблица составлена на основе данных, предоставленных в учебном пособии Балаевой О.Н, Предводителевой М.Д «Управление организациями сферы услуг»[3].

Оказание услуги может предполагать личный контакт сервисных сотрудников и потребителей, а также  обслуживание на расстоянии, дистанционно.

Первый квадрант, левый верхний «Единственное место предоставления услуги», объединяет такие  услуги, которые возможно получить в одном единственном месте (в общеобразовательной школе или бассейне).

 К правому верхнему квадранту матрицы «Многочисленные места предоставления услуги» относят услуги, которые могут предоставляться сразу в нескольких местах. (Салон парикмахерских, отели)

Правый средний квадрат «Многочисленные места предоставления услуги» – демонстрирует ситуацию, когда услуга оказывается на территории, указанной потребителем, но при этом возможны несколько мест обслуживания (доставка продуктов на дом, в офис).

В квадранте «Единственное место предоставления услуги» отражены услуги, которые оказываются без непосредственного контакта производителя с потребителем и они «привязаны» к одному месту.

В квадранте таблицы «Многочисленные места предоставления услуги» отражены услуги, также предоставляемые дистанционно, но в различных местах.

Таблица 5. «Колебания спроса на услугу и возможности его удовлетворения»

|  |
| --- |
| Колебания спроса на услугу и возможности его удовлетворения |
| Возможности удовлетворения спроса (пикового) | Колебания спроса во времени |
| Широкий | Узкий |
| Пиковый спрос, удовлетворенный без существенных задержек | Электроснабжение | Банковские услуги |
| Пиковый спрос, регулярно превышающий возможности | Услуги отеля | Услуги,подобные вышеперечисленным, но при недостаточной сервисной мощности.  |

Таблица составлена на основе данных, предоставленных в учебном пособии Балаевой О.Н, Предводителевой М.Д «Управление организациями сферы услуг»[3].

Левый верхний квадрант – «Пиковый спрос, удовлетворённый без существенных задержек», «Широкий диапазон колебаний спроса во времени» – объединяет услуги с широким диапазоном колебания спроса во времени, когда пиковый спрос обычно удовлетворяется без существенных задержек.

Правый верхний квадрант отражает услуги с незначительным (узким) диапазоном колебаний спроса.

К левому нижнему квадранту таблицы («Пиковый спрос регулярно превышает мощность», «Широкий диапазон колебаний спроса во времени») относят услуги отелей, ресторанов.  В данном случае спрос подвержен значительным изменениям, регулярно превышая мощность сервисной организации.
На основе этих классификаций можно прийти к выводу, что сфера услуг включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг, которые могут быть оказаны организациями, предприятиями или физическими лицами.
Для того, чтобы более детально разобрать понятие «сфера услуг», нужно обратиться к истории появления данной сферы.

 1.2. Эволюция сферы услуг

На первоначальных стадиях развития общества человек начинал осваивать новые виды деятельности: переход от кочевого образа жизни к оседлому, появление гончарного круга, освоение выплавки металлов, разработка письменности.

Данные новшества развиваются постепенно и почти незаметно для живущих поколений. Жизнь людей всё также определяется обычаями и традициями. Поэтому подобные виды сообществ называют традиционными - привычные нормы деятельности, устойчивые представления, духовные ценности. Всё это характерно для людей, живущих в обществе того времени.

Традиционализм является основой великих культур древнего мира.

В культурах древнего мира было много предпосылок, которые определили появление деятельности людей, связанной с услугами. В это время сформировались и начали действовать важные типы услуг в различных сферах деятельности человека, которые существуют и сегодня:

1. В сфере экономических отношений (ремесленное производство, торговля, денежное обращение и другое);
2. В области государственно-правовых отношений;
3. В сфере духовных и художественно-эстетических запросов;
4. В быту и в удовлетворении своих личных потребностей.

В данный исторический период услуги становятся важной частью хозяйствования и социальной практики. Даже в случае оплаты услуг они не приобретали полную аналогию с рыночными формами обслуживания, так как в то время рыночные отношения только зарождались. Главной мотивацией выполнения услуг в традиционном обществе было получить как можно больше клиентов или стать профессионалом в своей области.

Для общества древнего мира был характерен замедленный темп развития, повторяемость фаз. Вплоть до XX в. восточные культуры в целом олицетворяли ста­бильное развитие общества с замедленной динамикой, что не допускало инновационных прорывов в разных сферах жизни людей.

На исходе средних веков, в условиях доминирования христианского мировоззрения, в городах Северного Средиземноморья стала стремительно развиваться система торговли, денежное обращение рыночного типа.

Через некоторый промежуток времени в обществах, которые стали двигаться по пути капитализации хозяйства, начинает складываться важнейшее звено современного сервиса: «производители услуг - потребители».

Зарождение капиталистических отношений в сфере экономики и распространение рыночных услуг направили традиционные сообщества к промышленной революции.

В Новое время началось продвижение абсолютно новых факторов общественного развития - техники, промышленного производства и науки, что заложило основу для нового индустриального общества.

В обществе индустриального типа повышается уровень многообразия разных слоев и групп населения с неодинаковыми потребностями, что позволяет расширить возможности появления новых благ и услуг.

В результате индустриализации сервисная ак­тивность получает большой толчок в развитии, получая при этом новые формы самоорганизации и многообразных ус­луг современного типа. Сервисная деятельность обретает возмож­ность порождать новые потребности и  увеличивать объем потребительского рынка. Во многих отраслях обслуживания происходит становление «индустрии сервиса», которая предполагает тесную связь услуг с технологиями промышленного производства.

Позже (60-70 года) в развитых странах стали появляться качества характерные для нового - постиндустриального -общества. Его характеристика это наукоемкие, информационно-компью­терные технологии и возрастание роли услуг в социальном сегменте сервиса.

К концу  ХХ века в США, в странах Западной Европы, сектор услуг становится одним из ведущих в экономике данных стран. Услуги: банковские, финансовые, информационные, управ­ленческие, компьютерные – определяются в качестве ведущих элементов национального и регионального развития.[1].
В современном обществе основные его «силы» задействованы в сфере услуг, а не в производстве какой-либо продукции.

* 1. Роль сферы услуг в постиндустриальном обществе

Американский философ Элвин Тоффлер выделяет три основные «волны»  в развитии  общества:
1. Аграрная «волна» при переходе к земледелию,

2. Индустриальная «волна» во время промышленной революции,

3. Информационная «волна»  при переходе к обществу, которое основывается  на знании (постиндустриальному).
Рассмотрим более детально постиндустриальное общество.

В современном экономическом словаре понятие «постиндустриальное общество» понимается, как «общество, в экономике которого, в результате научно-технической революции и существенного роста доходов населения, приоритет перешёл от преимущественного производства товаров к производству услуг. Производственным ресурсом становятся информация и знания. Научные разработки становятся главной движущей силой экономики. Наиболее ценными качествами являются уровень образования, профессионализм, обучаемость и креативность работника»[16].

Теория постиндустриального общества сформировалась в результате глубинного анализа качественно новой ситуации, которая сложилась в 60-е и 70-е годы в развитых индустриальных странах. [11].

Большое количество исследователей называли в качестве главных признаков постиндустриального общества: резкое ускорение технического прогресса, снижение роли материального производства, развитие сектора услуг и информации, изменение мотивов человеческой деятельности, появление нового типа ресурсов, которые в последствии были вовлечены в производство. [9].

Одна из важных закономерностей развития экономики является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике стран. Данная закономерность находит выражение в увеличении доли материальных, трудовых, финансовых ресурсов, которые используются в сфере услуг. По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие сферы услуг. Наблюдается рост технической оснащенности труда, внедрение совершенных технологий.

 На протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. По сравнению с другими отраслями, она предоставляет большое количество рабочих мест. Работа в обслуживании не требует большой физической силы, именно поэтому в нем занято гораздо больше женщин, чем в других отраслях.

Сейчас услуги стали полноправными объектами торговли. Их позиции во внешнеторговых потоках растут во всех группах стран — богатых, бедных, со средним уровнем развития.

Можно сделать вывод о том, что тенденция развития сферы услуг будет сохраняться ещё продолжительное время.

В данной главе мы детально разобрали теоретические основы сферы услуг. Проследили этапы зарождения данной сферы. Начиная с первоначальных этапов развития общества и заканчивая постиндустриальным обществом. Роль сферы услуг в развитии общества достаточно велика, так как значительная часть населения занята именно в этой сфере.

Современная экономика полностью подчинена задачам личного потребления, именно поэтому сфера услуг опережает промышленность, сельское хозяйство.

Вторая глава работы будет посвящена рассмотрению развития сферы в США и в России.

2. Роль сферы услуг в экономике современных стран

2.1 Развитие сферы услуг в США.

Соединённые Штаты Америки (США) – одно из самых крупных государств, которое расположено на материке Северная Америка. Его общая площадь (на 2016 год)  составляет  9 629 091 кв.км. Количество проживающих граждан равняется 322 613 000 человек (на 10 января 2016 года), что составляет 4,42% от общего количества населения в мире. Столицей государства является Вашингтон. Страна поделена на 50 штатов. Омывается территория тремя океанами: Атлантическим, Тихим и Северным Ледовитым.[19].

Соединённые Штаты Америки—  это самая крупная держава в мире с точки зрения ее экономики. Она имеет самую большую и наиболее технологически мощную экономическую систему в мире. Данные слова подтверждают статистические данные по ВВП страны. Рост ВВП с 2005 года по 2015 год очевиден. [22].

Таблица 6. «Рост ВВП США в период с 2005 года по 2015 год»

|  |  |
| --- | --- |
| Год | $ млрд. |
| 2005 | 13 093,7 |
| 2006 | 13 855,9 |
| 2007 | 14 477,6 |
| 2008 | 14 718,6 |
| 2009 | 14 418,7 |
| 2010 | 14 964,4 |
| 2011 | 15 517,9 |
| 2012 | 16 163,2 |
| 2013 | 16 768,1 |
| 2014 | 17 348,1 |
| 2015 | 17 947,0 |

На 2016 год ВВП США составил 18,558 трлн. долл.  Соотношение отраслей в экономике демонстрирует сложившееся общественное разделение труда и пропорции общественного воспроизводства. Данные пропорции определяют уровень эффективности всего хозяйства страны.
 Среди отраслей материальной сферы промышленность остается достаточно важной. Она обеспечивает высокий уровень технического развития других сфер хозяйства. На сегодняшний день экономика США имеет следующую структуру по секторам:

1. Сфера услуг — 78%;
2. Промышленность — 21%;
3. Сельское хозяйство — 1%.

Нематериальное производство в США превратилось в динамично развивающийся сектор хозяйства. Американская статистика включает в сферу нематериального производства и услуг транспорт, связь, оптовую и розничную торговлю, общественное питание, финансово-кредитную деятельность и страхование, услуги производственного и бытового назначения, образование, здравоохранение, частично науку, государственный аппарат управления хозяйством, деятельность военно-полицейского, политического, идеологического и пропагандистского аппарата. В результате прогресса технологий были созданы все условия для того, чтобы сфера услуг активно прорвалась на внешние рынки. Сфера услуг, которая на 4/5 формирует экономическую мощь Соединённых Штатов, по степени важности включает в себя:
 1. Образование;
2. Здравоохранение;
3. Наука;
4. Финансы;
5. Торговля;
6. Транспорт и связь;
7. Услуги госучреждений;
8. Различные профессиональные и личные услуги.
 Данный сектор экономики США не всегда занимал лидирующие позиции. Например, в 1900 году процент занятого населения в данной сфере был всего лишь 29, когда в свою очередь на сырьевом секторе было задействовано 33% работающего населения. Примерно в 50-х-60-х годах произошел резкий скачок в структуре занятости населения в сторону услуг. Такие перемены связывают с перемещением работников не только из сельского хозяйства, но и из индустриального сектора.

В последующие два десятилетия условия развития всех отраслей услуг резко ухудшились из-за разрушительных экономических кризисов,   послевоенных изменений производства. Позже развитие отраслей услуг возобновилось. Позиции данного сектора в хозяйственной структуре США начали расширяться. Уже к 2000 годам процент рабочей силы был равен 77. Данные показатели говорят о том, что развитие сферы услуг зависит от уровня экономического развития страны. Чем выше в стране будет развито хозяйство, производительность труда, тем станет больше роль трудовой деятельности в экономике, направленной на производство нематериальных видов продукции, которые выражаются в форме услуги. В результате продолжительной эволюции к концу XX в. доля услуг в мировом ВВП достигла 68%.
 Сфера услуг за прошедшие 100 лет кардинально преобразилась. В начале века круг услуг был ограничен, а в общей структуре преобладали торговля, транспорт, бытовые услуги. Сейчас же в рамках  Всемирной Торговой Организации все услуги были классифицированы на 12 секторов следующим образом:
1.  Деловые услуги (включая профессиональные услуги),
2. Услуги в области связи (включая почтовые, телекоммуникационные и аудиовизуальные услуги),
3.  Строительные и связанные с ними инженерные услуги,
4. Дистрибьюторские услуги (включая услуги оптовой и розничной торговли),
5.  Услуги в области образования,
6.  Услуги, связанные с защитой окружающей среды,
7. Финансовые услуги (страхование, банковские услуги и услуги на рынке ценных  бумаг),
8.  Услуги в области здравоохранения и социального обеспечения,
9.  Туризм и услуги, связанные с путешествиями,
10. Услуги по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий (кроме  аудиовизуальных услуг),
11.  Транспортные  услуги,
12. Услуги прочие, не вошедшие в перечисленные (например, бытовые услуги).
Каждый сектор в свою очередь делится на подсектора. Всего классификатор услуг   насчитывает   155   подсекторов.[18].
 Развитие экономики услуг не сводится только к количественным изменениям. Это процесс качественного показателя, в котором находят отражение рост значения нематериальных форм производства, интеллектуальной деятельности, изменение роста и роли услуг в жизнедеятельности общества.
 Динамику сферы услуг определяет ряд экономических факторов:
1. Формирование общественного разделения труда самостоятельных звеньев, специализирующихся на производстве услуг   потребительского назначения.
2.Воздействие научно-технического прогресса.
Новая волна научно-технического прогресса захватила и сферу услуг. Услуги стали огромным полем для применения научных достижений.
3. Структурно-технологическая перестройка оказала значительно воздействие на сферу услуг.
4. Влияние базовых экономических факторов на услуги.
5. Зависимость эконо­мического и социального прогресса от научного знания и уровня развития инфраструктурных отраслей.
6. Массовая автомобилизация: развитие автомобильного транспорта, появление сетей станций автосервиса, бензоколонок и других предприятий, которые обслуживают широкий круг потребностей ав­томобилистов.
7.  Вовлечение женщин в производство значительно подтолкнуло к развитию экономику услуг.
 Примером действия данных экономических факторов можно взять сферу услуг США, в которой с 1929 по 2000 г. численность работающих в хозяйстве увеличилась в 2,9 раза, в сфере услуг — в 4,6 раза. По отраслям этот показатель составил: транспорт — 1,5 раза; оптовая торговля — 4,1; розничная торговля — 3,5; рекреационные услуги — 5,5. финансовые — 5.0; деловые и профессиональные — 30,0; государственный сектор, включающий услуги образования и здравоохранения, —6,0; бытовые — 1,9 раза.
Сейчас в стране сфера услуг активно развита во всех известных направлениях: туризм, образование, торговля, медицина и банковское дело. По официальным данным практически 80% населения страны занято в данной сфере.

Исходя из данных, приведённых выше, можно увидеть, что сфера услуг развивается быстро и в перспективе можно будет ожидать усиления воз­действия сферы услуг на эффективность экономики страны.

2.2   Развитие  сферы  услуг  в  России

 Российская  Федерация  —  крупнейшее в мире государство, занимающее , занимающее 1/8 часть суши и расположенное на северо-востоке Евразии. Общая площадь территории России (с Крымом) составляет 17 124 442 км². Берега России омываются 12 морями, принадлежащими бассейнам 3 океанов. Общая численность населения России на 1 января 2017 года составляет 146 804 372 человек по данным Росстата (согласно данным от 10.03.2017 об оценке численности постоянного населения на 1 января 2017 года и в среднем за 2016 год).
 Экономика России обладает высоким потенциалом, который складывается из широкой сырьевой базы, человеческих ресурсов и огромных территорий. В современном мире страна занимает далеко не самое высокое положение с точки зрения экономики, уступая ключевым лидерам.
 По сообщениям Росстата и Минфина России, с 2005 года по 2015 год наблюдается рост объёмов ВВП. В таблице наглядно видно, что были как и подъёмы, так и спады объёмов.
Таблица 7. «Рост ВВП России в период с 2005 года по 2015 год»

|  |  |
| --- | --- |
| Год | $ млрд. |
| 2005  | 516,20 |
| 2006 | 558,30 |
| 2007 | 606,00 |
| 2008 | 637,80 |
| 2009 | 587,90 |
| 2010 | 614,40 |
| 2011 | 640,60 |
| 2012 | 662,60 |
| 2013 | 671,30 |
| 2014 | 675,30 |
| 2015 | 649,64 |

На 2016 год ВВП России составил 1132,74 трлн. долл. В целом рост показателей ВВП очевиден, но в сравнении с мировыми державами,  он  незначителен. Например, уровень ВВП современной России ещё больше отстаёт от американских показателей, чем это было в 1990 году у СССР (ВВП составлял 570,40 $ млрд) . На то есть объективные причины, так как в состав России в настоящее время не входят те республики, которые составляли Советский Союз и тоже вносили свою лепту в копилку общего ВВП.
 По данным Росстата операции с недвижимостью и другие виды услуг вносят самый большой вклад в развитие российского ВВП. Их доля в экономике страны в 2015 и 2016 гг. составила 17,3%, следом идёт оптовая и розничная торговля — 15,8%, а обрабатывающее производство занимает третье место и его доля составляет  12,73%.
 В целом за прошедший период произошли резкие изменения в отраслевой структуре промышленности Российской Федерации. В стране сократились объемы производства высокотехнологичных изделий. Так же замечена потеря большей части передовых технологий и высококвалифицированных кадров рабочих, техников и инженеров.
 Кардинальные изменения произошли в промышленности и сельском хозяйстве, где численность занятого населения снизилась. Численность кадров в торговле, финансовой деятельности и ряде других секторов, которые относятся к сфере обслуживания, значительно выросла.
 Основную часть роста валового внутреннего продукта в стране в последние годы обеспечивают отрасли нематериального производства. Услуги являются развитыми и перспективными сферами деятельности. В 1990 г. эта доля в ВВП страны равнялась всего лишь 35%. Спустя 10 лет процент занятого населения в сфере услуг составлял 58,5%.
 В 2016 году уровень занятости составил 65,7% по данным Федеральной службы государственной статистики[20].
 В структуре российской торговли услугами незначительную роль играют маркетинговые, управленческие, консультационные и компьютерные услуги. В то же время Россия представляет интерес для зарубежных инвесторов в области оказания посреднических, консалтинговых услуг.
Так же услуг общественного питания, торговли, гостиничной индустрии, рекламы и образования.[4].
 По данным Росстата в апреле 2016 г. населению РФ было оказано платных услуг на 679,6 млрд. руб., в январе-апреле 2016г. - на 2668,4 млрд. руб. Сопоставление данных в денежном выражении позволяет выделить  наиболее востребованные и выгодные с точки зрения получения прибыли услуги:
1.   Транспортные услуги   - 124,8 млрд.рублей.
2.   Услуги  связи  - 103,3 млрд.руб.
3.   Жилищные  услуги  -  45,4 млрд.рублей.
4.   Гостиничные  - 14,2 млрд.рублей.
5.   Коммунальные  услуги  - 158,8 млрд.рублей.
6.   Услуги  культуры  -  11,7млрд.рублей.
7.   Туристические  услуги  -  8,6 млрд.рублей.
8.   Услуги  физкультуры  и  спорта -  5,7 млрд.рублей.
9.   Медицинские услуги - 47,7 млрд.рублей.
10.   Санаторно-оздоровительные услуги - 7,6 млрд.рублей.
11.   Ветеринарные услуги - 1,4 млрд.рублей.
12.   Образовательные услуги - 46,0 млрд.рублей.
13.   Прочие услуги - 33,1 млрд.рублей.[21].
 Самыми прибыльными услугам в России являются: коммунальные, транспортные, услуги связи, бытовые, медицинские, образовательные и жилищные.

В целом рынок услуг в России развивается. Для его развития нужно повышать конкуренцию, совершенствовать налоговое законодательство, инфраструктуру услуг.

 2.3 Перспектива развития сферы услуг в экономике России

 Говоря о развитии российской экономики в целом, можно привести мнение В.Б. Кондратьева, который в своих исследованиях указывает на недостаточность развития сферы услуг и на необходимость повышения её эффективности ввиду всё большего вовлечения сферы услуг в процесс общественного воспроизводства на стадии создания промежуточного продукта. К сожалению, сырьевой характер российской экономики не позволяет говорить об острой необходимости поддержки развития представленного состава отраслей-лидеров сферы услуг. Торговля имеет короткие сроки окупаемости вложенного капитала. Она способна успешно развиваться и без господдержки. В России создание более половины совокупного продукта происходит в сфере услуг, но этот факт не позволяет назвать нашу экономику не только постиндустриальной, но и развитой.

В заключение главы отметим, что сфера услуг является основной отраслью американской экономики. Она развита практически во всех направлениях. В последнее время приоритет получило развитие консалтинговых, маркетинговых и управленческих услуг. Данная сфера обеспечивает 80% всего прироста занятости в стране.
В России этот показатель не велик, он составляет 65,7%. Но в целом сфера развивается довольно динамично и в перспективе тенденция опережающего роста сферы услуг сохранится.

Заключение

В последние годы наблюдается тенденция повышения роли услуг. Рост данной сферы значительно опережает рост материального  производства. Это связано с усложнением производства, насыщением рынка новыми товарами, с быстрым ростом НТП (научно-технического прогресса). Все это невозможно без существования информационных, финансовых, страховых и других видов услуг.

В данной работе мы прежде всего детально разобрались в самих понятиях «услуга» и «сфера услуг». Увидели, что каждый автор по-разному трактует данные понятия, но все они сходятся в едином мнении, что услуга представляет собой деятельность, направленную на желаемый результат, а сфера услуг включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг, которые могут быть предоставлены.

Так же мы изучили эволюцию сферы услуг. Проследили, как данная сфера развивалась во всём мире. Уже на первоначальных стадиях развития общества человек стремился освоить новые виды деятельности, что в дальнейшем привело к появлению деятельности людей, связанной с услугами.

Современная экономика полностью  подчинена  задачам  личного потребления.  Поэтому сфера услуг во многих странах  занимает лидирующие позиции по сравнению с промышленностью  и  сельским  хозяйством. Так, например, нами была рассмотрена сфера услуг таких мировых держав как Соединённые Штаты Америки и Российская Федерация. Мы постарались провести сравнительный анализ сферы услуг в данных странах. Пришли к выводу, что данная сфера более развита в США, чем в России. Так как США является крупнейшей державой в мире с точки зрения экономики. Она имеет мощную экономическую систему. Более 70 % населения Соединённых Штатов Америки занято в сфере услуг. Это говорит о том, что данная сфера стремительно развивается и в будущем можно будет ожидать усиления её воз­действия на эффективность экономики страны.

Так же нами была рассмотрена Российская Федерация. Экономика данной страны испытывает очевидные сложности такие как: низкая производительность труда, существенное расслоение общества, коррупция, высокий уровень инфляции и другие. Но страна стремится достичь высокого уровня развития экономики, так как она имеет хороший потенциал для роста за счёт развития промышленности и сферы услуг.

Подводя итоги нашей работы, мы можем сделать следующие выводы:

1. Сфера услуг является ведущим сектором экономики в обществе.
2. Услуги задействованы практически во всех отраслях экономики и предприятия.
3. В современном обществе услуги стали полноправными объектами торговли.
4. Развитие сферы услуг зависит от уровня экономического развития страны.

Список используемой литературы

1. Аванесова Г.А «Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент» : учебное пособие/-М: АспектПресс, 2006. – 320с.
2. Большой экономический словарь под редакцией Азрилияна А.Н. 7-е издание. 2007. Изд: Институт Новой экономики. -1472 с.
3. Балаева О.Н, Предводителева М.Д «Управление организациями сферы услуг» учебное пособие. Издательский дом Государственного университета Высшей школы экономики. Москва. 2010. – 155,[1] – с, 2000 экз.
4. Басова С.Н. «Маркетинг услуг» электронное учебное пособие. Хабаровск. 2008.
5. Бурменко Т.Д «Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг» Книга. Издательство «КноРус». Москва. 2010. – 424с.
6. Варавва М.Ю, Лазарева О.С Международный научный журнал «Символ науки» Статья « Развитие сферы услуг как условие формирования сервисной экономики в России» №4-1. 20016.
7. Дойль Питер «Менеджмент: стратегия и тактика» учебник. Издательство Спб: Питер. 1999. – 560 с.
8. Зименков Р. И Журнал: «Российский внешнеэкономический вестник» Статья: «США на Мировом рынке услуг в начале 21 века». Выпуск: №8/том 2013/2013. – 22 с.
9. Иноземцев В.Л. «Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы» учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Логос, 2000.
10. Киселёв В.В Журнал «Управление экономическими системами: электронный научный журнал» Статья: «Сфера услуг в постиндустриальном обществе и тенденции её развития» Выпуск: №6(4-2)/2012. -10 с.
11. Кликич Л.М «Экономический анализ развития сферы услуг» статья. Издательство: Башкирский Государственный Аграрный Университет. 2014.
12. Котлер Ф «Основы маркетинга» учебник/ Ф.Котлер – М.Прогресс, 1990. – 736с.
13. Кулибанова В.В «Маркетинг в сервисе», учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва, Юрайт. 2017. – 259с.
14. Песоцкая Е.В «Маркетинг услуг : краткий курс» Спб: Питер. 1999.
15. Разомасова Е.А. Монография : «Сфера услуг: теория, состояние и развитие» 2011. -136 с.
16. Райзберг Б.А, Лозовский Л. Ш, Стародубцева Е.Б «Современный экономический словарь» -2.е изд, испр. М:ИНФРА – М. 1999. – 479с.
17. Соловьёва В.Н «Сфера услуг: состояние, тенденции, оценка, эффективность» коллективная монография/под науч.ред. д-ра экономических наук Соловьёва В.Н – Спб. 2009. -283 с.
18. <http://www.ved.gov.ru/mdb/information/attendance/trade_and_wto/> - Информационно-поисковая система «Единый портал внешнеэкономической информации» разработана Министерством экономического развития Российской Федерации. Документы. 2017 год.
19. <http://www.worldatlas.com/aatlas/populations/ctypopls.htm> -

Авторы: Marek Brys — VP (Reunion Technology Inc.)

Rachel Cribby — Managing Editor. Статья. 2016 год.

1. <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi> - сайт Федеральной службы государственной статистики. База Статистических данных. 2017 год.
2. <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/samyie-vostrebovannyie-uslugi/> - Бизнес портал. Статья «Анализ рынка платных услуг». 2015 год. Автор: Александр Сухов.
3. <http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/res_ratio.htm&pid=svs&sid=itm_21214> Статистика ЦБ России. «Данные по ВВП зарубежных стран» 20 мая 2016 года. (World Economic Outlook IMF)