

УДК 338.46

И.А. ДУДАКОВА, Ю.В. ГЛАДКОВА

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ РОССИИ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Анализируется проблема макроэкономического значения сферы услуг и формирования сервисной экономики, а также экономические тенденции развития сферы услуг в России и факторы, обуславливающие её рост. Обозначены особенности внедрения инноваций в российскую сервисную практику.

Ключевые слова: сфера услуг, сервисная экономика, объем платных услуг населению, экономический рост, инновационная деятельность.

Введение. Важной закономерностью развития экономики является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике.

Современное социально-экономическое развитие России и ее регионов обусловлено тем, что сфера услуг становится одним из наиболее обширных секторов формирования рыночных отношений. Сфера услуг связана с областями общественной жизни и является важным источником мобилизации национального роста, повышения качества и уровня жизни населения. Отрасли, оказывающие услуги, превращаются в доминирующий сектор национального хозяйства по производству валового внутреннего продукта и численности занятых, что позволяет аналитикам говорить о тенденции «сервизации» национальной экономики.

Реализация цели наших исследований – выявления особенностей инновационного развития сферы услуг в России, – потребует разработки определенных задач, таких, как:

- определение причин феноменального развития сферы услуг и сервизации экономики;
- проведение анализа состояния сферы услуг в России и факторов, обуславливающих её динамический рост;
- освещение примеров освоения инноваций в сфере услуг и проблематики их внедрения.

Особенности сервисной экономики. Современное общество становится в определенном смысле «сервисным», и экономика из «индустриальной» преобразовывается в «сервисную». В отличие от «индустриальной» экономики с преобладанием продукции в натурально-вещественной форме, массовым производством товаров и высоким уровнем материальных затрат «сервисная» экономика приобретает ярко выраженный социально-ориентированный характер.

Сервисная экономика формируется и развивается на основе принципов:

- единства социально-ориентированной экономики и политики;
- разграничения и интеграции элементов социально-ориентированной экономики на всех уровнях;
- системного анализа с использованием источников и факторов социально-экономического роста;
- формирования и развития социального партнерства между субъектами труда, капитала и политики.

Развиваясь, сервисная экономика выполняет ряд важных функций:

- мониторинга и обратной связи с клиентами;
- удовлетворения специфических потребностей клиентов путем постоянного улучшения качества услуг;
- использования технологии как конкурентного преимущества;
- обеспечения гибкости менеджмента, учитывающего, с одной стороны, движения к определенной однородности вкусов, с другой – их индивидуализацию;

– стратегического планирования с учетом семи элементов маркетинга (сервисный товар, цена, методы распространения и стимулирования, участники, физическое окружение, процесс) [5, с.12].

«Сервизация» страны обеспечивает развитие социальной экономики по следующим основным причинам [2]:

1. Сервисная деятельность с каждым годом вносит все больший вклад в экономику страны. Не случайно государство все чаще возвращается к рассмотрению деятельности малых и средних предприятий и экономической поддержке их.

2. В качестве субъектов сервисной деятельности выступают предприятия различных структур и организационно-правовых форм (специализированные предприятия, бюро, конторы, учреждения, организации), деятельность которых направлена на создание и реализацию общественных потребностей всевозможных услуг.

3. Деятельность субъектов сервиса основывается на принципах рыночного обмена и строго подчиняется регламентациям правового и административно-хозяйственного характера.

4. Бизнес в сфере услуг осуществляется на коммерческой основе, реализуя задачи достижения высокой производительности труда, снижение себестоимости и конкурентоспособности услуг.

5. Сервисная деятельность представлена в объективных стоимостных показателях экономического развития страны в национальном доходе и валовом внутреннем продукте.

В условиях коренного преобразования экономического базиса общества на первый план выдвигается проблема реального улучшения и подъема благосостояния людей. Доходы населения характеризуют отношения в обществе по уровню присвоения, использования, распределения и перераспределения создаваемого продукта между населением и его отдельными группами.

Из многообразия объяснений причин роста услуг и формирования соответствующей сферы можно выделить три основные:

– создание и развитие некоторых видов услуг, требующих непосредственного участия наукоемких отраслей промышленности, с переоснащением соответствующих производств современной техникой;

– прогресс сферы услуг обусловлен динамикой уровня жизни в стране, а важным мультипликатором экономического развития является потребительский рынок, обеспечивающий население необходимыми товарами и услугами;

– расцвет сферы услуг в развитых странах мира объясняется не только изменением в динамике доходов населения, но и изменением потребительской психологии общества [5].

Рынок платных услуг, как и любой другой рынок, функционирует в соответствии с общими закономерностями развития рыночной экономики и выполняет функции по согласованию спроса и предложения, эффективному использованию ресурсов, удовлетворению потребностей общества.

Состояние сферы услуг в России следует характеризовать как неоднозначное и противоречивое. Это можно объяснить наложением обстоятельств, определенных спецификой командной экономики, на явления, порожденные трансформационными процессами, присущими современной России.

Рынок платных услуг, как и любой другой рынок, функционирует в соответствии с общими закономерностями развития рыночной экономики. Развитие сферы услуг в какой-то степени зависит от материального производства и одновременно становится важным фактором его роста. Этим определяется ее значение как полноправного сектора экономики, вносящего вклад в экономический рост. Темпы макроэкономического роста прослеживаются в динамике валового внутреннего продукта, его направления – в динамике объема инвестиций в основной капитал российской экономики (табл.1).

Таблица 1

**Динамика объема ВВП и инвестиций в основной капитал
отраслей экономики РФ в 2000-2008 гг. [7]**

Наименование показателя	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Соотношение данных 2008 г. к 2000 г. [7]
ВВП, млрд руб.	7306	8944	10831	13243	17048	21625	26903	33111	41668	5,7
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	1165,2	1504,7	1762,4	2186,4	2865,0	3611,1	4730,0	6716,2	8764,9	7,5

Общий объем инвестиций в основной капитал отраслей экономики страны за исследуемый период возрос в 7,5 раза. Логично, что укрепление материального базиса экономики в целом повлекло устойчивый рост динамики ВВП, который за этот же период увеличился в 5,7 раза. Как позитивное обстоятельство следует отметить превышение роста инвестиций над темпами роста ВВП. Рост объема ВВП в 2000-2008 гг. сопровождался выраженной тенденцией роста объемов инвестиций в основные отрасли производства (табл.2)

Таблица 2

**Темпы роста основных социально-экономических показателей РФ
(стоимостные показатели в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году) [7]**

Наименование показателя	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Средний темп роста, %
Валовой внутренний продукт	110,0	105,1	104,7	107,3	107,2	106,4	107,7	108,1	105,6	6,9
Оборот розничной торговли	109,0	111,0	109,3	108,8	113,3	112,8	114,1	116,1	113,5	12
Платные услуги населению	104,7	101,6	103,7	106,6	108,4	106,3	107,6	107,7	104,4	5,7
Промышленное производство	108,7	102,9	103,1	108,9	108,0	105,1	106,3	106,3	102,1	5,7
Продукция сельского хозяйства	107,7	107,5	101,5	101,3	103,0	102,3	103,6	103,4	110,8	4,6

Рост активности в сфере платных услуг населению страны носит стабильный характер. Среднегодовой показатель роста услуг в последние годы идентичен промышленному производству и составляет 5,7%. Данные анализа являются доказательством более быстрого развития сферы услуг по сравнению с экономикой страны в целом. Такому положению способствовала активизация инвестиционной деятельности в сфере услуг в 2000-2008 гг. Так, темпы роста объема инвестиций в основной капитал большинства видов экономической деятельности, занятых оказанием услуг населению, выше средних по экономике. Значительный рост объема инвестиций наблюдается в сфере образования, что связано с реализацией в России национального проекта.

Рынок платных услуг представляет собой самую динамичную часть потребительского рынка как в России, так и в мировой экономике. Суммарная доля услуг в валовом внутреннем продукте ведущих зарубежных стран составляет 70-76%, количество работников отраслей сферы услуг в общей численности занятых 66-76%. В экономике России к настоящему времени доля сферы услуг в ВВП достигла 56% [6].

Анализ динамики платных услуг в федеральных округах РФ показал, что максимальный прирост их объема в 2000-2008 гг. имел место в Южном ФО (10,2 раза), а минимальный – в административных образованиях, вошедших в Северо-Кавказский ФО (4,9 раза). В половине регионов темпы роста объемов услуг были выше среднего значения по стране (табл.3).

Таблица 3

Объем платных услуг населению по регионам РФ, млн руб. [7]

Наименование федеральных округов	2000	2005	2006	2007	2008	Соотношение данных 2008 г. и 2000 г.
Российская Федерация	602755	2271733	2798901	3424731	4083355	6,8
Южный ФО*	31708	171111	213181	268012	323293	10,2
Северо-Кавказский ФО*	29454	72496	90210	119267	143052	4,9
Северо-Западный ФО	58468	250966	307871	379684	451998	7,7
Центральный ФО	251462	858524	1047659	1261987	1463997	5,8
Приволжский ФО	84834	363144	450483	566439	705656	8,3
Уральский ФО	45953	183325	234293	288161	348412	7,6
Сибирский ФО	64508	238750	290223	345800	412996	6,4
Дальневосточный ФО	36364	133416	164982	195379	233951	6,4

Примечание. * – Данные пересчитаны на момент образования Северо-Кавказского ФО.

В 2008 г. по объему платных услуг населению в регионах РФ лидирует Центральный федеральный округ – 1463997 млн руб. (35%), – в Приволжском федеральном округе вклад от оказания платных услуг населению – 705656 млн руб. (17%) и лишь на шестой позиции находится Южный федеральный округ в его новом составе – 323293 млн руб. (8%).

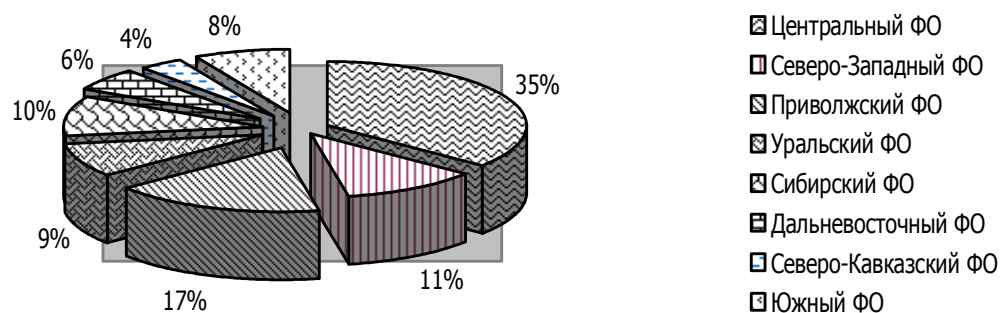


Рис.1. Объем платных услуг населению по регионам РФ в 2008 г., % к итогу
(составлен авторами статьи)

Динамика потребления платных услуг в регионах, на наш взгляд, зависит от определенных факторов:

- различия природной среды и ресурсного потенциала;
- степени развитости материального производства и инфраструктуры;
- наличия ускорителей экономического развития;
- политической обстановки и административно-правового регулирования;
- социально-демографического положения;
- уровня жизни в регионе;
- культурных ценностей и потребительского поведения.

Показатель объема платных услуг на душу населения позволяет избежать «привязки» к территории. Данный показатель по федеральным округам РФ в 2008 г. имеет достаточно большую амплитуду: наибольший в Центральном ФО – 39422 тыс. руб. на человека и наименьший в Северо-Кавказском ФО – 15784 тыс. руб. на человека, соответственно разрыв более 2,5 раза [8].

На динамику объемов услуг, влияет ценовой фактор, который определяется индексами потребительских цен (тарифов) на услуги. Последнее десятилетие рост цен на услуги населению значительно опережал темпы роста цен на продовольственные и непродовольственные товары (рис.2). В основном это обусловлено более высокой инфляцией в сфере услуг, особенно в той ее части, где цены регулируются органами исполнительной власти (коммунальные услуги, отдельные виды транспортных услуг).

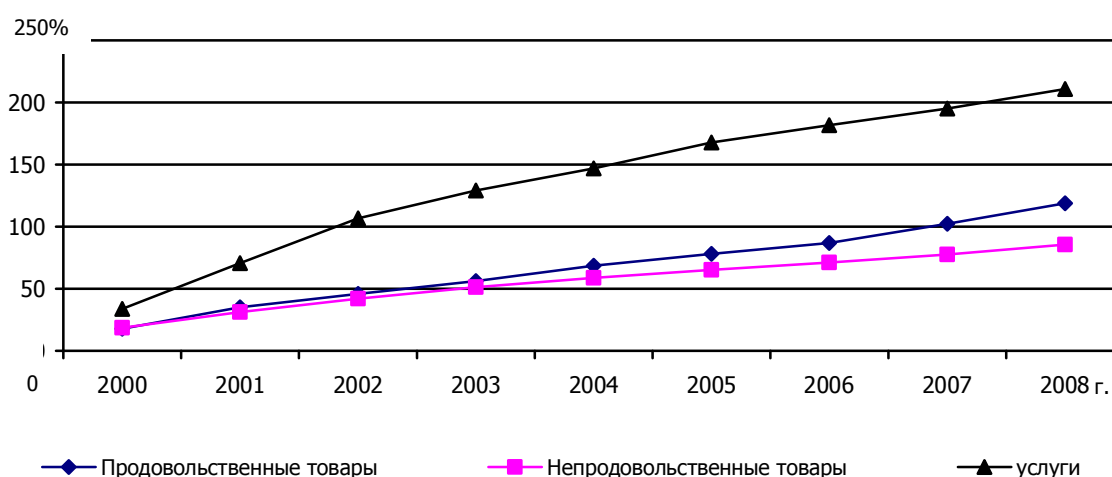


Рис.2. Темпы роста цен на товары и услуги в РФ
(составлен авторами)

По отношению к базисному 2000 г. снижение индексов потребительских цен наблюдается практически по всем видам анализируемых услуг, наиболее существенное по услугам связи (на 28,7%); жилищно-коммунальным (на 26,2%); услугам организаций культуры (на 24,7%) (табл.4).

Рост цен в данный период наблюдался лишь на услуги дошкольного воспитания (на 4%), что, на наш взгляд, связано с реформой образования (коммерциализацией образовательной сферы), а также на услуги правового характера (на 30%), что обусловлено увеличением спроса на данный вид услуг в связи с проводимой реформой жилищно-коммунального хозяйства.

Таблица 4

Индексы потребительских цен (тарифов) на отдельные группы платных услуг населению РФ
(декабрь к декабрю предыдущего года, %) [7]

Платные услуги	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	Разница показателей 2008 г. – 2000 г., «+», «-»
Все услуги	133,7	121,0	113,9	113,3	115,9	-17,8
Бытовые	121,8	115,3	113,2	114,4	118,7	-3,1
Пассажирского транспорта	134,8	115,8	114,2	113,6	122,5	-12,3
Связи	130,7	109,1	102,1	110,8	102,0	-28,7
Жилищно-коммунальные	142,6	132,7	117,9	114,0	116,4	-26,2
Дошкольного воспитания	116,7	132,1	128,5	111,8	120,7	+4
Организаций культуры	140,2	117,7	115,6	114,5	115,5	-24,7
Экскурсионные	126,0	115,5	107,1	115,6	122,3	-3,7
Санаторно-оздоровительные	134,7	111,2	115,2	115,6	121,2	-13,5
Медицинские	122,9	118,7	113,6	113,9	116,3	-6,6
Физической культуры и спорта	131,9	118,6	116,3	117,5	121,0	-10,9
Правового характера	103,8	100,1	121,6	111,7	134,5	30,7

Примечание. «+» – увеличение, «-» – снижение индекса роста потребительских цен.

Аналитические данные позволяют сделать вывод о том, что ценовой фактор все меньше влияет на динамику объема платных услуг населению. Данное обстоятельство подтверждается и тем, что доля расходов на оплату различных услуг в структуре потребительских расходов населения возросла с 13,8% в 2000 г. до 25,5% в 2008 г. [7].

Оценка структуры расходов на конечное потребление домашних хозяйств различных социально-экономических категорий в 2008 г. позволяет наглядно выделить факторы дифференциации потребления платных услуг населением. Анализ структуры расходов на оплату услуг по отдельным видам показал значительный рост удельного веса расходов на оплату жилищно-

коммунальных услуг, услуг по ремонту и прочих бытовых, услуг учреждений культуры, образовательных услуг и связи. Снижение удельного веса расходов в анализируемый период наблюдается лишь по санаторно-оздоровительным услугам.

Сокращение расходов на услуги, связанные с охраной здоровья и спортом, свидетельствует о снижении уровня жизни населения страны. Динамика количественных показателей развития сферы услуг в целом иллюстрирует ее позитивную направленность.

В оценке структуры расходов на конечное потребление «домашних хозяйств» в 2008 г. выделяются факторы дифференциации потребления платных услуг населением (табл.5).

Таблица 5

Структура расходов на конечное потребление домашних хозяйств
различных социально-экономических категорий в 2008 г.
(по материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств) [7]

Категории «домашних хозяйств»	Расходы на конечное потребление (в среднем на одного члена домашнего хозяйства в месяц), руб.	Расходы на конечное потребление (в процентах от общего объема)		
		расходы на продукты питания и алкогольные напитки	расходы на непродовольственные товары	расходы на оплату услуг
Все домашние хозяйства: из них семьи, проживающие	8561,8	36,0	39,3	24,7
в городской местности	9619,1	31,4	39,7	26,7
в сельской местности	5644,5	34,5	37,5	15,4
Домашние хозяйства с детьми в возрасте до 16 лет:				
1 ребенок	8064,5	30,0	40,6	25,5
2 детей	6492,1	30,9	42,1	21,9
3 детей	5399,7	35,0	33,4	24,8
4 и более детей	3237,6	38,4	33,3	15,5
Домашние хозяйства по 10%-м группам населения:				
Первая (с наименьшими располагаемыми ресурсами)	2575,1	47,4	19,7	24,2
Вторая	3639,4	45,4	22,7	24,2
Третья	4419,0	43,8	24,7	24,4
Четвертая	5187,3	42,2	27,1	24,3
Пятая	6038,5	41,1	28,6	24,4
Шестая	7268,7	38,4	31,4	25,2
Седьмая	9097,4	33,5	35,1	27,4
Восьмая	11131,2	30,5	39,5	26,8
Девятая	13506,2	28,9	41,4	26,8
Десятая (с наибольшими располагаемыми ресурсами)	22755,4	20,9	55,6	21,5

На объемы потребления платных услуг влияет местоположение домашнего хозяйства. Доля расходов на оплату услуг у жителей сельской местности значительно меньше (15,4%), чем городской (26,7%).

Во многом на структуру расходов влияет число детей в семье. В домохозяйствах с одним ребенком доля расходов на услуги в 1,7 раза больше, чем у домашних хозяйств с четырьмя и более детьми.

В зависимости от уровня доходов населения доля расходов на услуги и продукты питания также варьирует. В результате домохозяйства с малыми располагаемыми ресурсами (с 1-й по 5-ю группу) практически не пользуются услугами, связанными с отдыхом, лечением, спортом, которые и являются индикаторами качества потребления, а вместе с тем вынуждены оплачивать услуги обязательного характера – жилищно-коммунальные, транспортные, ритуальные. Еще раз

подтверждаются законы Энгеля о том, что высокому уровню благосостояния населения соответствует низкая доля расходов на питание и весомая доля расходов на услуги в семейном бюджете.

На основании исследований можно сформулировать ряд общих выводов о том, что положительная динамика показателей функционирования сферы платных услуг в Российской Федерации в 2000-2008 гг. свидетельствует о стабильности вклада в формирование макроэкономических параметров развития страны. Активизация инвестиционной деятельности в сфере услуг и экономике в целом укрепляет материальный базис и способствует росту объемов платных услуг населению, а также увеличению ее доли в ВВП. Общее снижение темпов роста потребительских цен (тарифов) на платные услуги за исследуемый период сопровождалось ростом объемов услуг в целом и в расчете на душу населения, и как следствие, увеличением доли расходов на оплату услуг в потребительских расходах «домашних хозяйств».

Наряду с этим одним из ключевых факторов, определяющих динамический рост сферы услуг, является научно-технический и технологический прогресс, результатом которого является создание новых областей сервиса, обеспечивших приток рабочей силы и капиталов. Предприятия сервиса вынуждены проявлять повышенный динамизм и гибкость, быстро реагировать на требования стремительно меняющейся конъюнктуры рынка и потребительского спроса.

Необходимость внедрения инноваций в российскую сервисную практику стимулирует конкурентная борьба. Немалое воздействие на инновационные процессы оказывают иностранные фирмы.

Инновация в сфере услуг – это новшество в самой услуге, в ее производстве, предоставлении и потреблении, поведении работников [3]. Непременными свойствами инновации является их новизна, экономическая обоснованность, обязательное удовлетворение запросов потребителей.

К главным типам инноваций в производстве услуг относят:

- технические инновации, связанные с внедрением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании;
- организационно-технологические, связанные с новыми видами услуг, более эффективными формами обслуживания и организационными нормами труда;
- управленческие, ориентированные на совершенствование внутренних и внешних связей организации, использующие методы и формы менеджмента;
- комплексные, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности [1].

Новые технологии радикально меняют методы ведения бизнеса в организациях, обслуживающих потребителей. Одним из таких мощных импульсов сегодня является интеграция компьютерной техники и средств телекоммуникации, например, автоматизация банковских операций – электронный перевод средств, электронное отображение данных, банкоматы, система распознавания магнитных символов для кодировки чеков.

В медицине применяются такие технологические средства, как компьютерные томографические сканеры, эмбриональные мониторы и кардиостимуляторы.

В сферу образовательных услуг прочно вошли Интернет, мультимедийная презентация материалов, каталоговая система библиотек.

Несмотря на сложную экономическую конъюнктуру, выживают и развиваются те инновации, которые позволяют обновлять потребительский рынок в современных условиях. Конструктивные и радикальные результаты в этом направлении достигнуты в сфере розничной торговли, где повсеместно применяется тактика мерчандайзинга. Идеи мерчандайзинга на Российский рынок были занесены такими корпорациями, как «Кока-Кола», «Пепсико», «Филипп Моррис» [4].

В сервисной экономике важным фактором, определяющим успех предприятия, также является его способность понять системы предпочтений клиента и тенденции их развития и как можно лучше удовлетворять его запросы. Для потребителя процесс оказания услуги важен, как и

результат, поэтому в сфере услуг помимо «внешнего» и «внутреннего маркетинга» требуется использование «маркетинга взаимодействия» (отношений), который определяет умение персонала грамотно обслуживать потребителя, учитывая его индивидуальные потребности, и устанавливать с ним долгосрочные отношения.

Еще одной формой организации малого бизнеса в сервисной деятельности является *франчайзинг*. В сфере услуг такая франчайзинговая модель нужна, чтобы предприниматель сразу мог получить готовый бренд, технологию общения с клиентами и технологию оказания услуг. Особенно хорошо в России франчайзинг развивается в области общего образования, в сфере общественного питания, косметических услуг. Перспективы развития франчайзинга в следующих сферах: бухгалтерские услуги и аудит, грузовые перевозки, озеленение интерьера, прачечные, помощь при организации семейных торжеств и других.

Использование новых информационных технологий делает эффективным использование ресурсов, способствует повышению производительности и увеличению прибыльности фирмы. Мировая информационная революция своим развитием обязана Всемирной сети Интернет. Интернет координирует имеющиеся коммуникации и средства ведения бизнеса, а также предоставляет широкий спектр новых инструментов для эффективной работы предприятий сферы сервиса. Развивается электронная коммерция – такая форма бизнес-процесса, в которой взаимодействие между субъектами происходит с использованием Интернет-технологий.

Повышенная потребность отечественного сервиса в инновациях особенно остро ставит проблему освоения российскими предприятиями новшеств в организации услуг и формах обслуживания потребителей, идущих к нам из мировой практики. Инновационная деятельность может осуществляться как в рамках предприятий специально созданными для этого подразделениями (*внутренними венчурами*), так и самостоятельными венчурными фирмами.

Для разработки перспективной идеи привлекается венчурный капитал крупных фирм, заинтересованных в инновациях. Крупная фирма обычно неохотно идет на собственную разработку рискованных инноваций, так как последствия возможной неудачи для неё намного тяжелее, чем для небольшой фирмы. Поэтому главным направлением участия крупной фирмы становится осуществление рискованного финансирования небольших фирм – новаторов. Также венчурные фирмы пользуются налоговыми льготами, получают финансовую поддержку в рамках правительственных программ стимулирования научно-технического прогресса. К этим фирмам проявляют немалый интерес иностранные покупатели новых технологий. Да и у отечественного производственного бизнеса капиталы имеются. Однако Российский венчурный бизнес прозябает [1, с.175].

Примеры освоения инноваций в современных условиях свидетельствуют, с одной стороны, о наличии в российской сфере услуг творческого потенциала, а с другой – позволяют понять огромную сложность внедрения инноваций в сервисную практику.

Основными экономическими факторами, препятствующими инновационной деятельности в сфере услуг, являются:

- высокая стоимость нововведений;
- недостаток собственных средств предприятий сферы сервиса;
- недостаток финансовой поддержки со стороны государства;
- высокий экономический риск;
- длительные сроки окупаемости нововведений.

Также к факторам, негативно воздействующим на инновационную деятельность, можно отнести:

- низкий инновационный потенциал предприятий сервиса;
- недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих инновационную деятельность;
- неопределённость сроков инновационного процесса;
- неразвитость инновационной инфраструктуры и др.

Развитие инновационной деятельности дает нашей стране шанс использовать достижения мировой практики сервиса во всем их объеме и многообразии форм, а также перейти к равноправной конкуренции на мировом рынке услуг. Дальнейшая последовательная интеграция России в мировое экономическое сообщество видоизменяет представление о направлениях развития в системе управления сферой услуг, качестве услуг, их спектре и максимально приближает данные понятия к мировым стандартам.

Социальная значимость сферы услуг проявляется в свободе экономической деятельности в данной сфере, а также в предоставлении свободы выбора потребителю, ориентирующемуся на цены и качество приобретаемых услуг. Феноменальное развитие данной отрасли обеспечивает определенный уровень благосостояния населения и способствует уменьшению социальной напряженности и построению сервисной экономики.

Особенности развития услуг в России заключаются в трансформации, в ходе которой на смену традиционным методам ведения бизнеса приходят современные. При этом пропуском на новые рынки услуг служит безотлагательное внедрение в процессы обслуживания все более совершенных технологий и тщательно разработанных систем сервиса, отвечающих запросам взыскательных потребителей услуг.

Выводы. Кроме анализа факторов, определяющих развитие сферы услуг в современных условиях, эмпирически доказана приоритетность сервисной парадигмы экономики.

В качестве альтернативного сценария развития предлагается использование инновационных форм внедрения в сфере услуг, например, франчайзинга.

Библиографический список

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 318 с.
2. Алиев И.М. Повышение доходов и уровня жизни населения в условиях совершенствования социальной политики РФ (федеральный и региональный аспекты) / Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – ГОУ ВПО СПб. ун-т экономики и финансов. – 2007. – С.3.
3. Грибов В.Д. Экономика предприятия сервиса / В.Д. Грибов, А.Л. Леонов. – М.: КНОРУС, 2006. – 280 с.
4. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская; под общ. ред. Ю.М. Краковского. – М., Ростов н/Д: ИКЦ «МарТ», 2006. – 256 с.
5. Мустафаева З.А. Закономерности трансформаций и факторы развития сферы услуг в региональной экономике (на материалах федеральных округов РФ и регионов ЮФО) / Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – ГОУ ВПО Кисловодский ин-т экономики и права, 2007. – С.10.
6. Предводителя М.Д. Основные тенденции развития Российской сферы услуг / М.Д. Предводителя // Маркетинг услуг. – 2008. – №4. – С.248-256.
7. Российский статистический ежегодник. 2009: стат. сб. // Росстат. – М., 2009. – 795 с.
8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2009: стат. сб. // Росстат. – М., 2009. – 990 с.

References

1. Avanesova G.A. Servisnaya deyatel'nost': Istoricheskaya i sovremennaya praktika, predprinimatel'stvo, menedjment / G.A. Avanesova. – M.: Aspekt Press, 2005. – 318 s. – in Russian.
2. Aliev I.M. Povyshenie dohodov i urovnya jizni naseleniya v usloviyah sovershenstvovaniya social'noi politiki RF (federal'nyi i regional'nyi aspekty) / Avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk. – GOU VPO SPb. un-t ekonomiki i finansov. – 2007. – S.3. – in Russian.

3. Gribov V.D. Ekonomika predpriyatiya servisa / V.D. Gribov, A.L. Leonov. – M.: KNORUS, 2006. – 280 s. – in Russian.
4. Karnauhova V.K. Servisnaya deyatel'nost' / V.K. Karnauhova, T.A. Krakovskaya; pod obsch. red. Yu.M. Krakovskogo. – M., Rostov n/D: IKC «MarT», 2006. – 256 s. – in Russian.
5. Mustafaeva Z.A. Zakonomernosti transformacii i faktory razvitiya sfery uslug v regional'noi ekonomike (na materialah federal'nyh okrugov RF i regionov YuFO) / Avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk. – GOU VPO Kislovodskii in-t ekonomiki i prava, 2007. – S.10. – in Russian.
6. Predvoditeleva M.D. Osnovnye tendencii razvitiya Rossiiskoi sfery uslug / M.D. Predvoditeleva // Marketing uslug. – 2008. – №4. – S.248-256. – in Russian.
7. Rossiiskii statisticheskii ejegodnik. 2009: stat. sb. // Rosstat. – M., 2009. – 795 s. – in Russian.
8. Regiony Rossii. Social'no-ekonomicheskie pokazateli. 2009: stat. sb. // Rosstat. – M., 2009. – 990 s. – in Russian.

Материал поступил в редакцию 11.10.2010.

I.A. DUDAKOVA, Y.V. GLADKOVA

SERVICE INDUSTRIES INNOVATIVE DEVELOPMENT AS A BASIS FOR RUSSIAN SERVICE ECONOMY DEVELOPMENT

The problem of macro-economic importance of service industries and service economy development, as well as economic trends of service industries development in RF, and their growth factors are analysed. The Russian service practice innovations are featured.

Key words - service industries, service economy, volume of paid services, economic growth, innovation activity.

ДУДАКОВА Ирина Анатольевна, доцент кафедры «Маркетинг и управление в сфере обслуживания» Донского государственного технического университета (2007). Кандидат экономических наук (2004). Окончила Донецкий институт советской торговли (1991), Южно-Российский Государственный университет экономики и сервиса (2007).

Область научных интересов – маркетинг, менеджмент, управление территориальным развитием розничной торговли, экономика сферы услуг, организация производства.

Автор более 80 публикаций.

iri-dudakova@yandex.ru

ГЛАДКОВА Юлия Владимировна, соискатель Донского государственного технического университета. Окончила факультет автоматизации и робототехники Ростовской-на-Дону государственной академии сельскохозяйственного машиностроения (1996) и экономический факультет Южно-Российского Государственного университета Экономики и сервиса (2004).

Область научных интересов – экономика сферы услуг, экономика предприятия.

Автор 14 публикаций.

Glad72@yandex.ru

Irina A. DUDAKOVA, Associate Professor (2007) of the Marketing and Management in Services Department, Don State Technical University. Candidate of Science in Economics (2004). She graduated from Donetsk Institute of Soviet Trade (1991), South-Russian State University of Economics and Service (2007).

Research interests – marketing, management, management of retailment territorial development, economics of services, industrial engineering .

Author of more than 80 scientific publications.

Yulia V. GLADKOVA, Ed.D. Candidate in Economics, Don State Technical University. She graduated from Rostov-on-Don State Academy of Agricultural Engineering (1996), South-Russian State University of Economics and Service (2004).

Research interests – economics of services, economics of enterprise.

Author of 14 scientific publications.