

УДК 338.46

ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТРЕТИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ США**Д.С. КВАСОВА***(Республиканский институт высшей школы, Минск)*

Рассматриваются особенности становления третичного сектора экономики США. Проанализированы факторы и тенденции, ускорившие его развитие, а также функционирование сферы услуг на современном этапе. Показан вклад третичного сектора в экономику США в период мирового кризиса 2008–2009 годов, а также в восстановление роста ВВП в посткризисный период. Проанализированы основные направления новой политики правительства США в связи с взятым курсом на реиндустриализацию. Приведен анализ внешней торговли услугами в США, особенностей экспорта и импорта услуг, выявлены основные направления экспорта и импорта. Спрогнозированы перспективы развития сферы услуг в США, выделены приоритетные направления развития. Исследование выполнено на основании официальных статистических данных, отражающих уровень развития третичного сектора.

Ключевые слова: *третичный сектор, терциаризация, сфера услуг США, экспорт услуг, импорт услуг.*

Введение. Терциаризация, начавшаяся в середине прошлого века, является одной из основных тенденций постиндустриальной экономики. Если ранее третичный сектор рассматривался в качестве второстепенного и зависящего непосредственно от промышленности, то уже к концу предыдущего столетия в США, в странах Западной Европы, Японии такие услуги, как банковские, финансовые, управленческие, компьютерные, становятся ведущими элементами национального развития.

В настоящее время в экономике многих стран, особенно развитых, третичный сектор вносит значительный вклад в ВВП и служит одним из основных направлений для привлечения прямых иностранных инвестиций. Так, в 2015 году на сектор услуг приходилось 65% мирового объема накопленных прямых иностранных инвестиций [1]. Увеличивается также доля занятых в сфере услуг.

Флагманом в мировой торговле услугами являются Соединенные Штаты Америки. В этой стране благодаря своевременным хозяйственным преобразованиям, проведению грамотной государственной политики, развитию предпринимательской инициативы и ставке на инновационность создан самый развитый третичный сектор в мире. Именно на примере США можно проследить влияние третичного сектора на постиндустриальное развитие, поэтому опыт этой страны в развитии сферы услуг представляет особый интерес. Наиболее полные и системные исследования сферы услуг в США были проведены во времена СССР. Первым комплексным исследованием третичного сектора США стала коллективная монография 1971 года «США: сфера услуг в экономике» (под ред. Е.А. Громова). Причем последний труд «Сфера услуг в США: новые явления и структурные сдвиги» датируется 1985 годом. Следует отметить, что классификация отраслей в таких трудах иногда принимала авторский характер и соответствовала тем целям, которые ставили перед собой авторы в период исследования. Вследствие этого некоторые отрасли сферы услуг (в основном те, что обслуживают движение материального продукта) были отнесены к сфере материального производства. Позже, в 1994 году, была внедрена более детальная Североамериканская система отраслевой классификации NAICS.

Влиянию сферы услуг США на экономический рост, а также воздействию на общехозяйственное развитие посвящены работы Л.С. Демидовой. Изучением третичного сектора США занимались и другие российские авторы: С.М. Загладина, Г.Б. Кочетков, И.Ю. Соколова, С.Л. Комлев, В.И. Марцинкевич. Особенности внешней торговли услугами в США проанализированы Р.И. Зименковым, роль сектора услуг в обеспечении экономического роста изучены А.Г. Гаджиевой. На сегодняшний момент результаты всех этих исследований требуют уточнения с учетом динамики развития именно в XXI веке.

Среди трудов зарубежных ученых можно выделить исследования, касающиеся управления сферы услуг в США (К. Хаксевер, Б. Рендел, Б. Рассел), производительности труда в сфере услуг экономики США (Дж. Трипплетт, Б. Босуорт, Б. Барлетт), инновации и роли знаний в сфере услуг США (Ян Маеилс).

Поскольку в последнее десятилетие в литературе практически не уделялось внимание особенностям и тенденциям развития сферы услуг в США, устранение данного пробела и является главной целью представляемой работы. Статистической базой для её написания стали: Доклад о мировых инвестициях (2017 г.); данные Всемирного банка; публикации ЮНКТАД; данные Бюро экономического анализа Министерства торговли США.

Основная часть. В США создается около трети мирового ВВП (30,04% в 2016 году). Важную роль при этом играет именно сфера услуг. Официальные статистические данные говорят о современном развитии третичного сектора в США следующее: в 1997 году вклад третичного сектора в ВВП США соста-

вил 74,7%, а уже в 2015 году этот показатель достиг 78,92% ВВП [2]. Неуклонный рост демонстрирует и доля занятых в этом секторе, например, увеличившись с 71,4% в 1994 году до 81,3% в 2017 году [3].

США стали первопроходцами в создании сервисной индустрии и освоении новых видов сервиса – построение мирового лидерства было заложено еще в конце XIX столетия, когда началось освоение строительной отрасли. Позже в этой стране было налажено конвейерное производство автомобиля, предназначенного для семей со средним доходом. Это стало причиной активного строительства дорог с твердым покрытием, сервисных центров для обслуживания автомобилей, а также сети пунктов общепита, расположенных вдоль дорог. Созданная транспортная сеть и система коммуникаций стала основой для увеличения конкурентоспособности всей экономики в целом. Активные разработки бытовых приборов и последующее внедрение их в производство также способствовали развитию сферы услуг в этой стране. Даже такой способ распространения услуг, как продажи через дилеров, был впервые использован американской компанией «General Motors».

Основными факторами, способствовавшими развитию третичного сектора услуг в США, как и в других постиндустриальных странах, послужили: научно-технический прогресс, повышение уровня жизни населения, развитие производительных сил и последовавшее за ними действие закона возвышения потребностей, увеличение спроса на разного рода услуги как со стороны потребителей, так и со стороны производителей. Урбанизация, демографические изменения, сокращение продолжительности рабочего дня, появление большего количества свободного времени у населения способствовали развитию услуг здравоохранения, образования, бытовых, социальных, туристических и культурно-развлекательных.

Вместе с тем США известны своими значительными объемами финансирования научных исследований, что обусловлено историческими причинами. Особое внимание в середине предыдущего столетия уделялось научным разработкам военного характера. После окончания второй мировой войны американская промышленность смогла переориентировать свои современные заводы на производство товаров для гражданских нужд. Аналогичная ситуация произошла и с научными исследованиями в области новых технологий и сложной продукции, разработка которых финансировалась за счет государства в рамках оборонной программы. Ярким примером тому – известный самолет «Боинг-707», который ранее являлся военным транспортным самолетом. В военное время особым вниманием уделялось научным исследованиям в области фармацевтики и химии для удовлетворения военных потребностей, что позже стало базой не только для улучшения образования в этих отраслях, но и выходу американских фирм на зарубежные рынки. Во время второй мировой в США активно привлекались лучшие ученые, которых заинтересовывали материальными стимулами, льготной системой налогообложения, доступностью образования. Развитию промышленности и сектору услуг способствовало и то, что США имели достаточно объемный внутренний рынок, на котором реализовывалась произведенная продукция, оказывались услуги. В США в то время появилось первое общество массового потребления, что нельзя было сказать о Европе, переживающей восстановительный период в послевоенное время.

Но следует отметить, что при повышенном внимании к военным разработкам во время второй мировой войны на такие услуги, как здравоохранение, образование и другие отрасли третичного сектора, служащие мирным целям, тратилось значительно меньшее количество средств федерального бюджета. В послевоенные десятилетия в научных разработках и новшествах были заинтересованы и гражданские промышленные предприятия, свое развитие получили не только наукоемкие услуги, но и образование в целом как кузница высококвалифицированных кадров, необходимых для создания и поддержания конкурентных преимуществ предприятий. Система образования получила свое развитие благодаря нескольким факторам: во-первых, ветеранам войны государство оплачивало обучение; во-вторых, крупные инвестиции со стороны государства; в-третьих, высокие требования к качеству предоставляемого образования, что стало причиной притока иностранных студентов. Созданные университеты и колледжи имели высокий уровень исследовательской работы, росли и федеральные расходы на основные исследования. Впрочем, не обошлось и без исторических обстоятельств. Именно «холодная война» и развертывание мощной космической программы СССР стали очередным стимулом инвестиций в научные исследования.

Импульс получила и такая отрасль сферы услуг, как строительство. Американцы стремились переехать в пригород, а также жить в собственных домах, а позже одним из факторов развития стала необходимость возведения небоскребов. Для американцев также характерны частые переезды по стране в связи со сменой места работы, учебой в университетах, колледжах, что позволило развиваться и услугам бытового характера.

Такая присущая американцам черта, как стремление к удобству, самообслуживанию, относительная неприхотливость наравне с высокими доходами, предопределила создание одной из самых развитых систем обслуживания в мире. Так появились фирмы в области общественного питания быстрого обслуживания, розничной торговли. Услуги подобного рода больше поддаются систематизации и стандартизации, чего нельзя сказать о персонализированных услугах. Это позволяет воспроизводить такие услуги не только

в рамках внутреннего рынка, но и за рубежом. Например, компания McDonald's, успешно функционирующая во многих странах, может использовать свою концепцию с небольшими изменениями на новых рынках.

Вместе с тем с развитием производства появились и потребности в услугах, обслуживающих производство, начиная от инженерно-технического проектирования и изучения рынков сбыта и заканчивая рекламой и гарантийным обслуживанием. Бурное развитие получили маркетинговые услуги, ставшие эталонными образцами для всего мира. Даже коммерческое телевидение появилось в США на 12 лет раньше, чем в других странах. Тот факт, что различные виды услуг стали частью воспроизводства общественного продукта, явился причиной активного развития третичного сектора, его качественной и структурной перестройки. Это проявилось в улучшении эффективности оказываемых услуг и повышении их качества, а также в быстром распространении различных форм предпринимательства в этой сфере.

Безусловно, малое и среднее предпринимательство в сфере услуг является одной из основ успешного ее развития. В развитии предпринимательской деятельности в США следует отметить и значимую роль менталитета американцев. Изначально в обществе отсутствовали исторические традиции или культурные ценности, которые могли бы сковывать предпринимательскую инициативу. Еще с подросткового возраста акцентируется внимание на самостоятельности, независимости, амбициозности, умении ставить цель и достигать ее. Дети достаточно рано по европейским меркам начинают жить отдельно и зарабатывать себе на жизнь. Многими американцами движет желание добиться успеха в своей жизни. Ориентация на саморазвитие проявляется и в постоянном совершенствовании государственного управления, законодательной базы, которые бы способствовали устойчивому экономическому росту. Все это не могло не отразиться на развитии экономики страны в целом и сфере услуг в частности.

Несмотря на то, что начиная с 1960-х годов в США часть отраслей стали терять свои конкурентные преимущества и техническое лидерство, а значительное количество научных открытий, новые технологии и материалы внедрялись в производство слишком медленно, равно как и обновление производственной базы, лидерство во внедрении новейших технологий перешло к Японии. Подобных тенденций не наблюдалось в сфере услуг. Американские сервисные компании не были отмечены в мировом лидерстве лишь в туризме и морских перевозках по причине того, что американцы предпочитали путешествовать в другие страны, чем по США. Должного развития не получил и въездной туризм.

Немаловажным является и тот факт, что в Америке было проведено усовершенствование условий ведения бизнеса. Речь идет о программах приватизации и дерегулирования, реализованных в конце 70-х годов прошлого столетия. «Приступив к радикальным преобразованиям раньше других стран, США на протяжении двух последующих десятилетий реализовали крупномасштабные программы полной или частичной либерализации банковских услуг, дерегулирования транспортной системы (авиа- и автотранспорт, междугородные автобусные перевозки, железные дороги), отрасли телекоммуникаций, сняли ряд ограничений в розничной торговле. Если на долю полностью регулируемых отраслей приходилось 17% ВВП, то уже к 1988 году она сократилась до 6,6%» [4, с. 40].

Результатом таких преобразований стало не только расширение ассортимента услуг, но и их качественное улучшение, применение инноваций, рост инвестиционной активности в третичном секторе. Появление новых производителей на рынке услуг привело к росту их предложения, развитию здоровой конкуренции, поиску новых конкурентных преимуществ, последующему снижению цен и увеличению доступности услуг (в особенности транспортных).

В 70–80-е годы наметилась тенденция к концентрации предприятий лишь на основных видах деятельности, в то время как второстепенные виды стали передаваться на аутсорсинг. Это привело к появлению большого количества фирм, которые стали оказывать услуги для обеспечения деятельности предприятий (научно-исследовательские, маркетинговые, рекламные, транспортировка, разработка программного обеспечения и др.). Так, особое развитие получили деловые и профессиональные услуги, поскольку в них не только возросла потребность со стороны бизнеса, но и сами они обладали высокой эффективностью, инновационной активностью, располагали высококачественными технологическими и человеческими ресурсами. Аутсорсинг сыграл и большую роль во взаимоотношениях между государством и частными компаниями.

Тот факт, что государство тратило значительные средства на социальные и гуманитарные программы, явилось также причиной повышения уровня жизни населения, появлению с его стороны платежеспособного спроса. Поскольку отсутствовали какие-либо серьезные ограничения потребительского спроса на услуги, это способствовало увеличению потребления услуг, расширению их разнообразия, сопровождалось умеренным ростом цен на них.

Рост третичного сектора в экономике США происходил и за счет вовлечения в процесс глобализации, что позволило выйти на новые рынки сбыта. «В то же время довольно интенсивно идет концентрация активов: из основного массива компаний быстро выделяются и набирают силу отраслевые лидеры, и целый ряд фирм аудиторских, консалтинговых, рекламных, информационных и других услуг выросли до размеров ТНК» [4, с. 41].

Вызывает интерес влияние на американскую экономику кризиса, начавшегося в 2008 году. Несмотря на то, что кризис 2008–2009 годов оказал влияние на снижение ВВП, в США в этот же период (на 0,3% в 2008 году и на 3,1% в 2009 году) экономика продемонстрировала рост в 2010 и 2011 годах на 2,4 и 1,8% соответственно. В результате по итогам 2011 года объём ВВП (в ценах 2005 года) превзошёл докризисный максимум, зафиксированный в 2007 году. Надо признать, что экономическая активность в США оставалась достаточно высокой по сравнению с динамикой, наблюдаемой в других развитых странах, в частности в Евроне, где спад ВВП 2009 года был более глубоким (–4,4%), а последующее восстановление более медленным (+2% в 2010 году и +1,4% в 2011 году)» [5].

Разным было и восприятие кризисных явлений со стороны трех секторов экономики. Снижение ВВП произошло за счет аграрного сектора и промышленности, их рост уменьшился на 8,3% за год. В то же время сектор услуг продолжал расти, несмотря на значительное снижение темпов. В 2010 году оба сектора начинают восстанавливать рост. При этом промышленность в 2015 году превысила значение предкризисного максимума на 12,7%, а сектор услуг увеличился за этот же период на 25,3%, что вдове выше аналогичной величины в промышленности [6, с. 48].

Восстановившаяся после кризиса экономика США продолжила наращивать темпы экономического роста. Заметим, что сфера услуг более устойчива к кризисным явлениям в экономике, поэтому весьма закономерным является тот факт, что сальдо внешней торговли принимало положительные значения и в кризисный, и в посткризисный период. Третичный сектор характеризуется также более быстрым восстановлением после спада в экономике, что выражается в объеме оказанных услуг и уровне занятости.

Интересным представляется и будущее сектора услуг в связи с избранием на пост президента США Дональда Трампа, который намерен снова сделать США лидером промышленного производства, как это было в 40–50-х годах прошлого века. Политика проведения реиндустриализации была начата еще Бараком Обамой, создавшим Совет по рабочим местам и конкурентоспособности, в планах которого было создание одного миллиона рабочих мест. Однако к 2016 году подобный план не был выполнен даже наполовину. Произошло это по причине того, что меры, предпринимаемые созданным советом, были больше направлены на поддержку транснациональных корпораций, чем на создание новых рабочих мест.

В планах Трампа – создание 25 миллионов новых рабочих мест. Помимо этого, некоторые направления политики действующего президента США также могут оказать влияние на развитие сектора услуг. И если одно из них – увеличение инвестиций в инфраструктуру с целью ее модернизации – даст положительный эффект, то ограничение на иммиграцию может иметь прямо противоположное действие. В США в оказании наукоемких услуг участвуют талантливые ученые и специалисты, привлекаемые из других стран, и данная мера может спровоцировать недостаток высококвалифицированных кадров, которые становятся все более значимыми для американской экономики.

Услуги вносят большой вклад во внешнюю торговлю США, а американские компании широко представлены на международном рынке услуг. Одной из исторических предпосылок, сыгравшей большую роль в этом, стал, казалось бы, второстепенный аспект – английский язык. Но идеальное владение языком мирового общения и международного бизнеса является важным конкурентным преимуществом. Оказание многих услуг требует частого общения с покупателями, а если фирма имеет свои филиалы и представительства в других странах, то необходимость в широком использовании английского языка возникает и во внутрифирменном общении. США – лидер мирового экспорта и импорта услуг. Доля этой страны в мировом экспорте услуг составляет 15,42%, или 752 млрд долл. США [7]. И это максимальный показатель среди всех стран. На втором месте – Великобритания (327 млрд долл. США), на третьем – Китай (208 млрд долл. США).

США – лидер и в мировом импорте услуг. Объем импорта составил 503 млрд долл. США (доля в мировом импорте – 10,49%). Динамика экспорта и импорта услуг в США с 2007 по 2016 год отражена на рисунке, из которого видно, что во внешней торговле услугами США экспорт услуг на протяжении 10 лет превышал импорт, а сальдо внешней торговли услугами принимало положительное значение, что позволило несколько смягчить отрицательное сальдо в торговле товарами. Особо быстрыми темпами развивалась торговля наукоемкими и высокотехнологичными услугами (финансовыми, информационными, инженерно-строительными, консалтинга, аудита, страхования).

«Устойчиво прогрессируют и другие формы внешней торговли услугами: непрерывно увеличивается приток в страну мигрантов – производителей услуг, как специалистов в области новых технологий, деловых, инженерных, финансовых и других услуг, так и работников непрестижных профессий; а также зарубежных потребителей услуг сфер образования, здравоохранения туризма» [4, с. 42].

Внешняя торговля услугами в разрезе видов услуг представлена в таблице. Среди основных экспортных направлений можно выделить поездки, платежи за использование объектов интеллектуальной собственности и прочие коммерческие услуги, к которым относятся финансовые, страховые, телекомму-

никационные, информационные, услуги в области научных исследований и разработок и другие бизнес-услуги. Такое положение объяснимо, так как США сделали ставку на инновационность, развитие образования, деловых услуг, которые служат основным источником прогресса технологий и науки.



Внешняя торговля услугами в США, 2007–2016 годы

Источник: [8].

Таблица. – Внешняя торговля услугами по видам услуг, 2016 год

Виды услуг	Экспорт, млн долл. США	Импорт, млн долл. США
Все услуги	752,368	504,654
Обслуживание и ремонт	25,628	8,810
Транспорт	84,318	96,827
Поездки (включая с целью получения образования)	205,940	123,618
Страховые услуги	16,348	48,077
Финансовые услуги	98,180	25,629
Платежи за использование объектов интеллектуальной собственности	124,453	44,392
Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги	36,455	36,851
Прочие коммерческие услуги	142,231	98,922
Государственные услуги	18,814	21,528

Источник: составлено автором на основе [8].

Следует также отметить, что крупные поступления от платежей за использование объектов интеллектуальной собственности объясняются, в частности, тем, что «продажи лицензий позволяют американским корпорациям существенно ускорить процесс освоения новых рынков и частично возместить собственные расходы на исследования и разработки» [9, с. 17].

Экспорт услуг из США ориентирован на Европу, затем следуют Азия и Тихоокеанский регион. На первом месте – Великобритания, которая была крупнейшим рынком сбыта в 2016 году таких услуг, как финансовые и поездки. На втором месте – Китай. Экспорт в 2016 году в Китай превзошел даже экспорт в Канаду, которая была вторым основным направлением экспорта с 2007 года. Основными статьями экспорта в Китай стали поездки и платежи за использование объектов интеллектуальной собственности, в основном связанные с процессами промышленного производства и товарными знаками.

Поездки, другие деловые услуги и транспорт – три основных вида услуг, которые США импортирует. Европа также являлась крупнейшим источником импорта услуг в США, за которым следует Азия и Тихоокеанский регион. Великобритания выступала как крупнейший поставщик услуг для США в 2016 году, основными импортными позициями стали прочие коммерческие (в основном профессиональные и управленческие консалтинговые услуги) и финансовые услуги. Германия была вторым по величине поставщиком услуг для США, предоставляя транспортные и прочие коммерческие услуги (главным образом научные исследования и разработки).

«Сектор услуг США ныне во многом определяет ход и основные параметры постиндустриального развития. Тем самым опровергается традиционное представление об имманентно присущей многим услугам низкой продуктивности использования ресурсов» [10, с. 380].

Превратившись из потребителя в производителя научного продукта, третичный сектор США способствует распространению инноваций во все отрасли постиндустриальной экономики США. Являясь носителем последних технологических новшеств и высококвалифицированных кадров, третичный сектор стал основой высокой конкурентоспособности США в мировой экономике.

Заключение. Изучив особенности развития сферы услуг в США, можно сделать вывод о том, что основными факторами развития третичного сектора стали следующие:

1) исторические предпосылки (владение языком мирового общения, значительное финансирование научных исследований военных разработок во время второй мировой войны, а также инвестиции в науку в связи с «холодной войной» и развертыванием мощной космической программы СССР);

2) особенности менталитета и образа жизни (частые переезды в связи со сменой работы или учебной, стремление к удобству, самообслуживанию, самостоятельности, независимости, амбициозности, умение ставить цель и достигать ее);

3) меры, предпринимавшиеся правительством (финансирование образования, научных исследований, привлечение лучших умов из других стран, проведенные в конце 70-х годов приватизация и дерегулирование способствовали развитию предпринимательской инициативы, большей самостоятельности бизнеса, что породило здоровую конкуренцию, внедрение инноваций, поиск конкурентных преимуществ, снижение цен на отдельные виды услуг);

4) развитие и внедрение достижений научно-технического прогресса (повышение производительности труда, сокращение продолжительности рабочего дня);

5) социально-экономические (повышение уровня жизни, появление большего количества свободного времени, урбанизация);

6) лидерство в мировой промышленности (развитие производственных услуг, аутсорсинга, маркетинга, деловых услуг как основы технологического прогресса);

7) включение в мировые глобализационные цепочки.

Третичный сектор США показал большую устойчивость к кризисным явлениям и даже продемонстрировал свой рост, хотя и с меньшими темпами, чем в предшествующий период, а также проявил способность к более быстрому восстановлению.

США выступают в качестве лидера мирового экспорта и импорта услуг, обладающего положительным сальдо внешней торговли и услугами, которое несколько смягчает отрицательное сальдо торговли товарами.

Поскольку важнейшим источником экономического роста являются инновации, особую роль в экономике услуг США играет человеческий капитал. Большое значение имеет не только уровень образования, профессиональной компетенции, но и действующие системы стимулирования и мотивации трудовых ресурсов. Среди перспектив развития сферы услуг в США можно выделить дальнейший рост и совершенствование именно образовательных услуг. Учитывая тот факт, что в планах действующего президента США – снижение иммиграции, следовательно, экономика может столкнуться с недостатком квалифицированных кадров, которые ранее привлекались из других стран. В этой связи высокий уровень образования в стране должен стать компенсирующим фактором.

Будет происходить и дальнейшее развитие науки, а соответственно и увеличение доли научных услуг. Данную тенденцию можно спрогнозировать на основании уже произошедших сдвигов в экспорте услуг, которые произошли в течение последнего десятилетия. В конце предыдущего столетия ведущие позиции в экспорте услуг принадлежали тем услугам, которые связаны с путешествиями и транспортом. Для настоящего времени характерно лидерство услуг, связанных с продажей научно-технических знаний, то есть речь идет о лицензировании, патентовании, франчайзинге и др.

В связи с политикой проведения реиндустриализации возможно некоторое сокращение доли сектора услуг в ВВП и структуре занятости, однако можно предположить дальнейшее развитие услуг, связанных с производством. Вероятно, и в дальнейшем расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы будут значительными, поскольку они – основной источник для совершения научных открытий, которые впоследствии будут использованы не только непосредственно в рамках американских предприятий, но и могут стать объектами внешнеторговых операций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад о мировых инвестициях, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_overview_ru.pdf. – Дата доступа: 25.02.2018.

2. Services, etc., value added (% of GDP) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.ZS?locations=US>. – Дата доступа: 25.02.2018.
3. Employment in services (% of total employment) (modeled ILO estimate) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.SRV.EMPL.ZS?locations=US>. – Дата доступа: 25.02.2018.
4. Демидова, Л.С. Сфера услуг США: Мировая экономика и международные отношения : журнал / Л.С. Демидова ; Российская акад. наук, Институт мировой экономики и международных отношений. – М. : Наука, 2005. – № 12. – С. 38–49.
5. Евдокимова, Т.В. Влияние денежно-кредитной политики на экономику США в посткризисный период / Т.В. Евдокимова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_19122046_82295205.htm. – Дата доступа: 26.02.2018.
6. Гаджиева, А.Г. Роль сектора услуг в обеспечении экономического роста и его взаимосвязь с промышленным сектором / А.Г. Гаджиева // США и Канада: экономика, политика, культура. – № 10 (574). – 2017. – С. 41–64.
7. UNCTAD handbook of statistics, 2017. – United Nations : Geneva, 2017. – 107 p.
8. Shari, A. Allen U.S. International Services. Trade in Services / A. Allen Shari and Alexis N. Grimm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bea.gov/scb/pdf/2017/10-October/1017-international-services.pdf>. – Дата доступа: 26.02.2018.
9. Зименков, Р.И. США на мировом рынке услуг в начале XXI века / Р.И. Зименков // Российский внешне-экономический вестник. – 2012. – № 8. – С. 12–34.
10. Проблемы эффективности в XXI веке : экономика США / Институт мировой экономики и международных отношений РАН ; отв. ред. В.И. Марцинкевич. – М. : Наука, 2006. – 369 с.

Поступила 06.09.2018

THE FACTORS AND TENDENCIES OF THE DEVELOPMENT OF THE TERTIARY SECTOR OF THE US ECONOMY

D. KVASOVA

The article presents the study of the formation of the tertiary sector of the US economy. The factors and tendencies of the development of this sector, the features of the functioning of services at the current stage were analyzed, the contribution of the tertiary sector to the US economy during the global crisis of 2008–2009 as well as the restoration of GDP growth in the post-crisis period are given. The main directions of the new policy of the US government in connection with the taken course for reindustrialization are analyzed. The analysis of foreign trade in services in the USA, features of export and import of services are given, the basic directions of export and import are revealed. Prospects and priority areas for the development of the service sector in the United States are outlined. The study was carried out on the basis of official statistics reflecting the level of development of the tertiary sector.

Keywords: tertiary sector, tertiarization, US services, export of services, import of services.