

УДК 338.46(470+571)(075.8)
ББК 65.206(2Рос)я73-1
В76

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор,
заслуженный деятель науки РФ *Е.Н. Жильцов*
(зав. кафедрой экономики социальной сферы
экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова);
доктор экономических наук, профессор *В.Ф. Уколов*
(зав. кафедрой инновационных технологий в государственной сфере и бизнесе
Российской академии государственной службы при Президенте РФ)

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Восколович, Нина Александровна.

В76 Экономика платных услуг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Н.А. Восколович. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 399 с. — (Серия «Magister»).

ISBN 978-5-238-01296-4

Агентство СІР РГБ

Учебное пособие раскрывает комплекс социально-экономических и организационно-управленческих проблем сферы платных услуг в Российской Федерации. Рассматриваются проблемы государственного регулирования, специфики предпринимательской деятельности, маркетинга в основных отраслях сферы услуг. Обобщается зарубежный опыт сервисной деятельности, накопленный в развитых странах.

Для студентов магистратуры учебных заведений, руководителей и специалистов государственного и муниципального аппарата управления потребительским рынком, сервисных фирм, слушателей системы повышения квалификации.

ББК 65.206(2Рос)я73-1

ISBN 978-5-238-01296-4

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2007

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2007

Оглавление

Введение Предмет экономики платных услуг	3
Раздел I. Экономические основы сферы услуг	7
Глава 1. Сфера услуг в современной экономике	8
1.1. Природа и сущность услуги	8
1.2. Эволюция сферы услуг в Российской Федерации	18
1.3. Классификация видов деятельности в сфере услуг	30
1.4. Макроэкономические показатели деятельности в сфере услуг	38
Глава 2. Рынок услуг в условиях глобализации	45
2.1. Особенности предпринимательской деятельности на рынке услуг	45
2.2. Специфика взаимодействия рынка услуг и рынков первичных ресурсов	53
2.3. Государственное регулирование, его сущность и специфика на рынке услуг	63
2.4. Либерализация сферы услуг	70
Глава 3. Маркетинг услуг	82
3.1. Специфика маркетинга услуг	82
3.2. Участие потребителя в сервисном процессе	90
3.3. Особенности поведения потребителей на рынке услуг	92
3.4. Формирование целевой аудитории потребителей	97
3.5. Позиционирование услуг	101
3.6. Формирование каналов сбыта услуг	108
3.7. Маркетинг экспорта услуг	113
Раздел II. Деловые услуги	123
Глава 4. Деловые услуги, их сущность, специфика и классификация	124
Глава 5. Аудиторские и консалтинговые услуги	132
5.1. Специфика аудиторских и консалтинговых услуг	132
5.2. Классификация аудиторских и консалтинговых услуг	137
5.3. Специфика российского рынка аудиторских и консалтинговых услуг	141
5.4. Рыночная стратегия аудиторских и консалтинговых компаний	145
Глава 6. Информационные услуги	151
6.1. Сущность и специфика информационных услуг	151
6.2. Особенности классификации информационных услуг	160
6.3. Специфика рынка информационных услуг	167

6.4. Государственное регулирование развития информационных услуг	169
6.5. Особенности маркетинга как инструмента формирования рынка информационных услуг	178
Глава 7. Деловые услуги маркетинга	185
7.1. Сущность и специфика деловых услуг маркетинга	185
7.2. Классификация деловых маркетинговых услуг	189
7.3. Особенности российского рынка деловых маркетинговых услуг	196
Глава 8. Услуги по связям с общественностью	201
8.1. Специфика услуг по связям с общественностью	201
8.2. Особенности рынка услуг по связям с общественностью	206
Глава 9. Услуги на рынке недвижимости	209
9.1. Специфика услуг на рынке недвижимости и их классификация	209
9.2. Особенности рынка недвижимости	215
9.3. Зарубежный опыт регулирования рынка недвижимости	224
Раздел III. Услуги здравоохранения	235
Глава 10. Платные медицинские услуги	236
10.1. Особенности социально-экономической природы медицинских услуг	237
10.2. Особенности функционирования платного сектора стоматологических услуг	240
10.3. Маркетинговая стратегия и тактика в сфере стоматологической помощи	249
Раздел IV. Досуговые услуги	261
Глава 11. Услуги культуры и искусства	262
11.1. Сущность и специфика услуг культуры и искусства	262
11.2. Особенности рынка услуг культуры и искусства	265
11.3. Маркетинг некоммерческих организаций в сфере культуры и искусства	270
Глава 12. Услуги туризма	276
12.1. Сущность и специфика услуг туризма	276
12.2. Особенности рынка туристских услуг	288
12.3. Маркетинг услуг туризма	292
12.4. Минимизация рисков туристских услуг	298
Глава 13. Услуги физкультуры и спорта	313
13.1. Услуги физической культуры и спорта, их специфика	

и классификация	313
13.2. Рынок спортивных услуг	320
13.3. Маркетинг спортивных услуг и спортивно-зрелищных мероприятий	328
Раздел V. Услуги торговли и внедомашнего питания	337
Глава 14. Услуги розничной и оптовой торговли	338
14.1. Сущность и специфика услуг розничной и оптовой торговли	338
14.2. Классификация видов торговых предприятий	345
14.3. Макроэкономические и микроэкономические показатели состояния и динамики розничной и оптовой торговли	351
14.4. Особенности развития потребительского рынка	360
14.5. Специфика маркетинга на потребительском рынке	369
14.6. Анализ качества торгового обслуживания	373
Глава 15. Услуги внедомашнего питания	383
15.1. Внедомашнее питание и специфика его услуг	383
15.2. Особенности рынка продукции и услуг внедомашнего питания	388
Основные понятия	393