

УДК 331.23

К. А. Бармута

ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону,
e-mail: carinaba@yandex.ru

Т. В. Кушнарченко

ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону,
e-mail: tvkushnarenko@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Ключевые слова: сфера услуг, регион, глобализация, конкуренция, цифровизация, модернизация, международная торговля, санкции, экономические агенты.

В статье рассмотрено понятие глобализации и охарактеризованы особенности ее проявления в региональной сфере услуг. Рассмотрена структура современной сферы услуг и проанализированы основные показатели ее развития. Раскрыто содержание факторов, способствующих развитию сферы услуг в регионах страны в условиях глобализации. Охарактеризованы проблемы развития российских регионов в условиях действия санкционных ограничений. Обоснованы основные направления повышения конкурентоспособности сферы услуг в условиях глобализации, включая ее модернизацию и цифровую трансформацию, государственную поддержку, развитие франчайзинга, создание инновационно-ориентированных кластеров и использование стратегии горизонтальной диверсификации. Предложены перспективные направления научных исследований по проблеме развития отраслей сферы услуг в условиях всеобщего процесса глобализации.

К. А. Barmuta

Don State Technical University, Rostov-on-Don, e-mail: carinaba@yandex.ru

T. V. Kushnarenko

Don State Technical University, Rostov-on-Don, e-mail: tvkushnarenko@mail.ru

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE REGIONAL SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Keywords: service sector, region, globalization, competition, digitalization, modernization, international trade, sanctions, economic agents.

The article examines the concept of globalization and characterizes the features of its manifestation in the regional service sector. The structure of the modern service sector is considered and the main indicators of its development are analyzed. The content of the factors contributing to the development of the service sector in the regions of the country in the context of globalization is revealed. The problems of the development of Russian regions under the conditions of sanctions restrictions are characterized. The main directions of increasing the competitiveness of the service sector in the context of globalization are substantiated, including its modernization and digital transformation, government support, the development of franchising, the creation of innovation-oriented clusters and the use of a horizontal diversification strategy. Promising directions of scientific research on the problem of the development of service industries in the context of the universal process of globalization are proposed.

Введение

Объективным и наиболее значимым процессом развития мировой экономики в последние десятилетия является глобализация, которая характеризуется формированием принципиально новой системы общественно-экономических отношений, значительным углублением социально-экономических связей различных государств, а также формированием единой мировой

экономики. Этот процесс затрагивает все сферы российской экономики, в том числе сферу услуг, которая активно развивается в условиях постиндустриального общества и характеризуется появлением новых видов услуг и технологий сервиса, в том числе, имеющих цифровой характер. Глобализация услуг представляет собой процесс, основным содержанием которого является создание и дальнейшее развитие мирового

рынка услуг. Территориальная деятельность уже не является единственным организующим началом функционирования сферы услуг, она в значительной мере освобождается от локальных привязок и расширяет свои пространственные границы путем использования современных информационных систем. Вопросы развития сферы услуг в условиях глобализации в современных экономических исследованиях разработаны еще недостаточно, что в сочетании с небольшим практическим опытом в этом плане, может привести к нерегулируемой глобализации и снижению конкурентоспособности отечественных предприятий, занятых в секторе оказания различных услуг в регионах страны. Поэтому в современных условиях значительно актуализируется важность выявления особенностей и проблем развития региональной сферы услуг в контексте процесса глобализации и разработки адекватных мер, направленных на повышение конкурентоспособности российских компаний, занятых в различных секторах сферы услуг.

Цель исследования заключается в формировании проблемного поля развития региональной сферы услуг в условиях глобализации и обосновании основных направлений повышения ее конкурентоспособности, включая меры государственной поддержки.

Материалы и методы исследования

В качестве методологической и теоретической основы исследования выступили труды российских и зарубежных авторов по теме исследования. Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы, данные Федеральной службы государственной статистики РФ, Ростовстата, а также результаты исследований автора. Исследование проводилось с использованием ряда подходов и методов, в том числе, анализ данных и общенаучные инструменты анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Основной тенденцией развития мировой экономики в настоящее время является ее глобализация, оказывающая существенное влияние на социально-экономические процессы, происходящие в различных странах, в том числе в России, как страны, которая столкнулась с новым глобальным вызовом. В связи с проведением Россией СВО (специальной военной операции) на Украине,

коллективными усилиями западных стран была начата беспрецедентная по своим масштабам санкционная блокада отечественной экономики, которая нашла свое проявление в ограничении экспорта российских ресурсов и импорта зарубежных высоких технологий. Был также нанесен социальный удар по денежно-кредитной системе, который привел к изменению рынка осуществляемых финансовых операций. Такие стратегические тенденции привели и к изменению влияния процесса глобализации на отрасли и сектора российской экономики, в том числе и на сферу услуг в рамках отдельных регионов страны, что требует адекватных мер реагирования со стороны, как самих хозяйствующих субъектов, так и государства.

Рассмотрение вопросов глобализации в региональной сфере услуг предполагает, прежде всего, характеристику самого термина «глобализация».

Исследование понятия «глобализация» в публикациях различных авторов показало, что до настоящего времени не выработано его единое понимание, что обусловлено многогранностью этой категории и ее определенной синонимичностью с такими понятиями как «международное распределение труда», «интернационализация», «международные хозяйственные связи» [1-3].

Считается, что термин «глобализация» ввел в деловой оборот Теодор Левитт, профессор маркетинга Гарвардской школы бизнеса [1]. В настоящее время существует множество определений глобализации, общим для которых является понимание ее как объективного процесса формирования и развития принципиально новой всемирной системы, основанной на взаимосвязи и взаимозависимости практически во всех сферах международной жизни и становлении единой мировой геоэкономической реальности. Иными словами, это процесс воздействия факторов, имеющих международное значение, на экономику различных стран. Основные направления процесса глобализации свидетельствуют о ее комплексном характере и влиянии на все стороны деятельности мирового экономического сообщества.

В процесс глобализации вовлечены все структурные элементы национальной экономики, в том числе сфера услуг, которая в последние три десятилетия является одним из наиболее быстро развивающихся секторов мировой экономики.



Рис. 1. Основные черты глобализации

Оборот розничной торговли и общественного питания по Ростовской области за 2010-2022 гг.

Показатели	2010	2020	2021	2022
Розничная торговля				
Оборот розничной торговли, млн руб.	464115,5	975602,4	1157939,3	1308618,1
в % к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	109,6	96,7	110,2	98,0
Общественное питание				
Оборот общественного питания, млн руб.	20561,4	36625,8	40769,8	51509,5
в % к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	106,4	85,5	105,8	111,3

Сфера услуг во многом определяет наиболее значимые макроэкономические показатели большинства стран мира и значительно превосходит по своим масштабам промышленный сектор и сельское хозяйство по величине ВВП, является лидером по числу вновь созданных рабочих мест, является ключевым трендом обеспечения устойчивого развития регионов.

По данным Росстата наибольшую долю в структуре ВВП России занимают услуги – в 2022 году их доля составила 62,5%, доля промышленного производства – 30,5% и сельского хозяйства – 4,3% [4].

Кросс-отраслевая оценка экономической уязвимости в сфере услуг, проведенная специалистами Института статистических исследований в экономике знаний НИЦ ВШЭ показала, что индекс деловой уязвимости позволил зафиксировать данный параметр отраслевого развития на уровне «низкой уязвимости» сферы услуг [5].

В регионах Российской Федерации, в основном, положительную динамику демонстрируют основные подотрасли сферы услуг, о чем свидетельствуют данные, характеризующие развитие розничной торговли и общественного питания по Ростовской области за 2010-2022 годы (таблица).

По своей внутренней структуре сфера услуг включает следующие основные секторы национальной экономики, которые наглядно представлены на рисунке 2.

Следует также отметить, что в рамках Всемирной торговой организации выделено более 150 видов услуг, которые объединены в 12 секторов. Помимо этой классификации используется также классификация ОЭСР и Международная отраслевая классификация видов экономической деятельности. В России используется Общероссийский классификатор видов экономической деятельности и Общероссийский классификатор услуг населению.

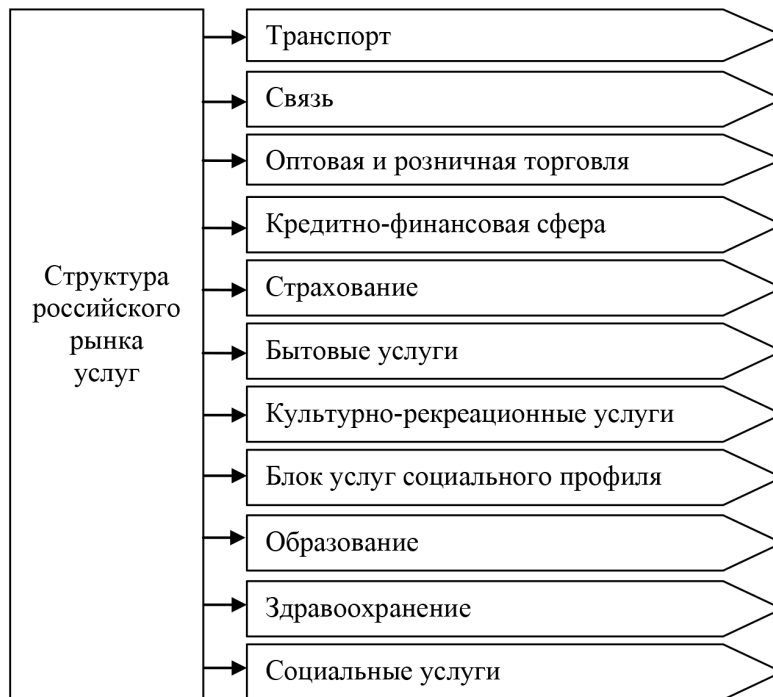


Рис. 2. Структура российского рынка услуг

Необходимость устойчивого функционирования сферы услуг, создание благоприятных условий для ее дальнейшего развития является, несомненно, неотъемлемой частью региональной экономики по следующим основным причинам:

- создание новых рабочих мест особенно в секторе малого и среднего предпринимательства;
- повышение уровня удовлетворения населения и организаций самыми различными услугами в соответствии с новыми потребностями;
- увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;
- возникновение мультипликативного эффекта за счет влияния на предприятия из смежных отраслей.

Среди факторов, которые способствуют расширению присутствия сферы услуг в составе региональной экономики, на наш взгляд, следует выделить следующие (рисунок 3) [6, 7].

Научно-технический прогресс, приводящий к повышению уровня технической оснащенности различных подотраслей сферы услуг, приводит к увеличению, как ассортимента, так и объема услуг, росту доли расходов на них в структуре потребления домашних хозяйств. В целом уже сформировалась

модель постиндустриальной сферы сервиса, основанной на технологиях Индустрии 4.0, сформировалась новая наука о ней – сервизология [8].

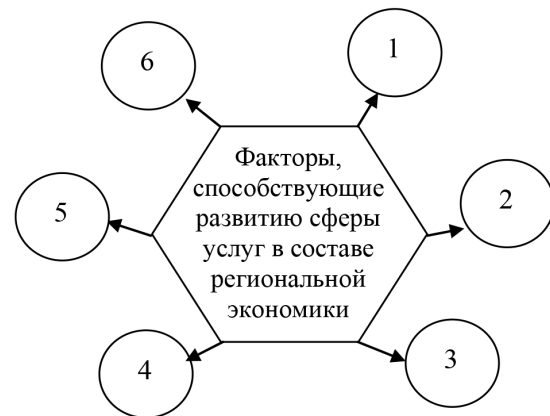


Рис. 3. Факторы, способствующие развитию сферы услуг в составе региональной экономики:
 1 – научно-технический прогресс;
 2 – цифровизация; 3 – экономические факторы;
 4 – социально-демографические факторы;
 5 – политико-правовые факторы;
 6 – социально-культурные факторы

Особую актуальность в современных условиях приобретает цифровизация сферы услуг, когда осуществляется переход от тра-

диционной офлайн деятельности к ее онлайн формату на основе использования цифровых технологий: широкополосного интернета, «облачных технологий», корпоративных сайтов. При этом лидерами среди сферы услуг Российской Федерации в контексте цифровой трансформации бизнеса являются следующие подотрасли: финансы и страхование, торговля, информация, связь [9, 10].

К числу экономических факторов можно отнести такие как трансформация предоставления потребителей об услугах и товарах, увеличение свободного времени у населения страны, углубление процесса сегментации рынка, появления новых форм конкурентной борьбы. Разумеется, вполне очевидно, что самым важным экономическим фактором является глобализация, которая имеет своим непосредственным результатом:

- значительное расширение структуры сферы сервиса. Современная сервисная сфера включает значительное число отраслей, подотраслей, а также видов деятельности, которые объединены в группы с использованием различных классификаций;

- в условиях глобализации услуги стали полноправными объектами международной торговли, ввиду их «неосвязаемости» их стали называть невидимым экспортом и импортом. При этом экспорт и импорт услуг может иметь как самостоятельный характер, так и быть сопутствующим дополнением к торговле промышленными товарами в рамках мирового рынка (страховые, юридические, банковские услуги);

- активизируется процесс торговли услугами, который может осуществляться несколькими способами: трансграничная поставка, то есть поставка услуг с территории той страны, где находится поставщик на территорию нахождения потребителя; потребление за рубежом, когда происходит передвижение потребителя в страну, где осуществляется предоставление услуги; коммерческое присутствие одной страны на территории другой, в которой и предоставляется услуга; перемещение физических лиц, когда имеет место присутствие физического лица, например, специалиста в сфере управленческого консультирования; на территории страны, где находятся потребители;

- происходит расширение торгового пространства за пределами трансграничных операций. Высокий динамизм демонстри-

рует поставка услуг путем коммерческого присутствия: все большее количество сервисных компаний стремятся к приближению к потребителю и рассматривают свою деятельность в других странах как стратегическое направление своего развития;

- значительно усиливается международная конкуренция в сфере услуг, что объясняется несколькими причинами: сходство в различных странах сервисных потребностей (образовательные, банковские услуги); интенсивное развитие различных видов транспорта, что стимулирует проявление мобильности, как потребителей услуг, так и сервисного персонала; повышение уровня информированности потребителей за счет использования Интернет; возможность осуществления контрактов с территориально удаленными потребителями; наличие межстрановых различий в наборе, качестве и стоимости услуг, которые оказываются местными предприятиями [11];

- увеличивается роль регионов в производственно-потребительской цепочке, когда расположенные на их территории предприятия могут взаимодействовать как с отечественными компаниями, так и иностранными, в том числе транснациональными;

- создаются возможности для регионов трансформировать свои традиционные ресурсы сферы услуг в глобальные преимущества и сформировать уникальные конкурентные преимущества местного характера [12];

- транснациональные компании (ТНК) становятся главным фактором, определяющим конкурентоспособность национальной экономики, трансформируя, глобальные по своему масштабу, цепочки формирования добавленной стоимости.

Все перечисленные факторы привели к резкому обострению конкуренции в сфере услуг, так как к внутренним конкурентам в условиях глобализации присоединяются также и внешние конкуренты. С этой точки зрения процесс глобализации в региональной экономике имеет свои определенные преимущества, так как у потребителей появляется возможность выбора в части качества услуг и цен на них. Конкурентное преимущество в такой ситуации может быть достигнуто за счет формирования у сервисных предприятий отличительных качеств, а не за счет ресурсов, к которым она имеет доступ.

Развитие российских регионов в настоящее время осуществляется в сложных социально-экономических условиях, связанных

с санкционной блокадой и непредсказуемостью глобальных трендов мировой экономики [13]. В такой ситуации усилия и ресурсы регионов, а также государственная поддержка, направляются, в первую очередь, на реализацию антисанкционных мер. Это приводит к тому, что происходит замедление процессов позитивного влияния глобализации на развитие региональной сферы услуг, более интенсивно проявляют себя ее негативные последствия и угрозы: снижение инновационной активности регионов, отсутствие точек быстрого роста, падение уровня жизни населения вследствие «балластной экономики», утечка умов в зарубежные страны. Поэтому со всей остротой встает проблема повышения конкурентоспособности сферы услуг в различных регионах страны. Систематизация различных подходов к этому вопросу позволила сформировать следующую

систему факторов повышения конкурентоспособности региональной сферы услуг в условиях глобализации [14-16].

Каждое из направлений стратегического поведения сферы услуг в условиях глобализации имеет специфическое содержание, обусловленное ее особенностями как одной из ведущих сфер региональной экономики.

Основными задачами процесса модернизации в сфере услуг являются такие как формирование новых организаций, имеющих строго определенную функцию и одновременно взаимодействующих друг с другом; повышение способности мобилизовать различные виды ресурсов и направлять их на достижение инновационных целей; повышение способности к выживанию в условиях кризисных ситуаций путем использования новых коммуникационных средств.



Рис. 4. Основные направления повышения конкурентоспособности региональной сферы услуг в условиях глобализации

Высшей ступенью модернизации отраслей сферы услуг можно считать их цифровизацию, результатом которой является появление на рынке технически сложных услуг, увеличение числа оказываемых услуг, что способствует ее сервитизации, то есть опережающему развитию и повышению ее доли в ВВП [17, 18].

Цифровизация сферы услуг имеет своим результатом создание такой среды, в которой экономические агенты контактируют между собой, минуя при этом различных посредников (электронная коммерция, интернет-банкинг и др.).

Происходит формирование новой экономики под названием шеринг-экономика, усиливается взаимовыгодное сотрудничество между различными компаниями, стремительно растет объем электронной торговли услугами.

Глобальные преобразования региональной сферы услуг возможны только с использованием государственной поддержки, включающей различные экономические, организационные и правовые меры. Роль государства в настоящее время для сферы услуг должна заключаться в создании системы мер нормативно-правового регулирования; введении льготных режимов для отдельных регионов; оптимизации цен и тарифов; выделении субсидий предприятиям сферы услуг; оказании помощи в подготовке и переподготовке кадров [19].

Франчайзинг представляет собой такую модель бизнеса, при которой франчайзер, т.е. владелец бренда, предоставляет право пользоваться своим брендом за определенную плату. Франчайзинг, по мнению большинства его исследователей, может предоставить экономическим агентам сферы услуг доступ к известному тренду и эффективной бизнес-модели, а также обеспечивать поддержку в области маркетинга, обучения персонала и технических аспектах ведения бизнеса. Франчайзинг является в современных условиях одним из наиболее популярных способов развития малого и среднего предпринимательства в сфере услуг, представляющих большую свободу действий и адаптацию к местным условиям франчайзи [20].

Маркетинговые технологии представляют собой весь комплекс приемов и средств, которые имеет возможность использовать компания для достижения своих текущих и стратегических целей. Интенсивное развитие цифрового взаимодействия привело

к появлению новых маркетинговых инструментов, сформировалось их разделение на традиционные и креативные (цифровые). Цифровые маркетинговые технологии включают в себя по направлениям маркетинговой деятельности: маркетинговые коммуникации (интерактивная и таргетированная реклама, контент-маркетинг, поисковая оптимизация, онлайн PR); маркетинговые исследования (исследования, проводимые с использованием онлайн-платформ); взаимоотношения с потребителями (CRM-системы, чат-боты, мессенджеры, SMM); маркетинговый анализ (Big Data, искусственный интеллект, нейронные сети); организация продаж (электронная торговля, онлайн-расчеты с покупателями, цифровые платформы) [21].

Государственно-частное партнерство (ГЧП) представляет собой долгосрочное соглашение о взаимовыгодном сотрудничестве между государственным и частным секторами, включает в себя публичного партнера и бизнес, которые работают совместно, чтобы реализовать определенный проект, в частности, в сфере услуг с целью оказания услуг, как населению, так и организациями [22]. Наиболее распространенными формами ГЧП в настоящее время являются: проектирование и строительство (Design-Build); проектирование, строительство и управление (Design-Build-Operate); проектирование, строительство, финансирование и управление (Design-Build-Finance-Operate).

В условиях дефицита большинства региональных и местных бюджетов, именно ГЧП может стать одним из эффективных инструментов дополнительного привлечения внебюджетных источников финансирования в сферу услуг. Поэтому крайне необходимым управленческим воздействием является создание благоприятных условий для развития ГЧП в регионах России в соответствии со стратегическими программами их развития, развитие рынка ГЧП-проектов, применение различных мер стимулирования предложений по привлечению в сферу услуг, как отечественных, так и зарубежных инвесторов.

Одной из инноваций, направленной на развитие конкурсных преимуществ путем процесса интеграции, является кластерная концепция, основным содержанием которой является взаимодействие компаний, направленное на достижение общей цели при полной самостоятельности хозяйствующих

субъектов, сетевого характера взаимодействия между ними и длительного жизненного цикла созданной структуры [23]. Для сферы услуг, в отличие от промышленности, проблематика создания и функционирования кластеров, является мало разработанной. В частности, представляет существенный интерес создание кластеров розничной торговли, так как именно эта сфера переводит потребительские товары из сферы производства в сферу потребления. Можно выделить несколько определенных требований, выполнение которых обязательно для создания торговых кластеров:

- институциональное обеспечение прав собственности;
- наличие платежеспособного спроса населения;
- развитый рынок услуг при наличии большого количества компаний;
- создание кластера должно быть нацелено на решение определенной задачи региона.

Иммерсивные технологии входят в рейтинг перспективных цифровых технологий, позволяющих заменить реальную жизнь на виртуальную. Виртуальное (цифровое) погружение делает возможным расширение возможностей человека в самых различных сферах: образование, медицина и др. В свою очередь, иммерсивное обучение – это метод, в котором используется искусственная или смоделированная среда, в соответствии с которой обучаемые имеют возможность полностью погрузиться в процесс. Рынок продуктов с иммерсивными технологиями находится в начальной стадии своего становления, имеет большие перспективы в связи с цифровизацией бизнеса и является вполне перспективным для сферы услуг с целью повышения ее конкурентоспособности.

Заключение

Глобализация в настоящее время является ключевым трендом развития мировой экономики, затрагивающим региональные социально-экономические системы всех стран посредством использования глобальной сети связи и торговли. Особое значение исследуемый процесс приобретает для сферы услуг, объединяющей совокупность различных видов деятельности и отраслей, которые ориентированы на максимальное удовлетворение многообразных по своему содержанию потребностей населения, организаций и государств в целом. Сфера услуг является

ведущим сектором занятости населения, его доля в ВВП постоянно возрастает. Динамика целого комплекса факторов, включая научно-технический прогресс, цифровизацию способствуют ускоренному развитию сферы услуг в структуре региональных экономик России. В сложных социально-экономических условиях, обусловленных санкционной блокадой и непредсказуемостью глобальных трендов мировой экономики, происходит замедление позитивного влияния глобализации на дальнейшее развитие сферы услуг, более интенсивно проявляют себя ее негативные последствия и угрозы. В такой ситуации значительно актуализируется проблема повышения конкурентоспособности сферы услуг в различных регионах страны. В качестве стратегических направлений решения этой актуальной проблемы могут быть использованы такие меры как: проведение модернизации и цифровой трансформации отраслей сферы услуг; широкое развитие их государственной поддержки; использование франчайзинга, прогрессивных маркетинговых технологий и инструментов государственно-частного партнерства; создание инновационно ориентированных кластеров и использование иммерсивного обучения при постоянном повышении информационной грамотности населения.

Реализация перечисленных мер позволит повысить эффективность региональной сферы услуг, усилить ее мультипликативное влияние на развитие смежных отраслей и существенно повысить уровень удовлетворения различными услугами население, организаций и государства.

Основное внимание ученых практиков должно быть направлено на сферы услуг с учетом специфики различных ее подотраслей. Необходимо также разработать модернизированную классификацию ее структурных элементов с учетом современных тенденций состояния региональных потребительских рынков. Нуждаются в реальной проработке вопросы, связанные с влиянием процесса глобализации на развитие различных видов российских регионов. Должно быть продолжено совершенствование методов оценки уровня конкурентоспособности региональных социально-экономических систем в составе всех ее отраслей, включая сферу услуг. Особое внимание должно быть уделено изучению процесса деглобализации и его негативного влияния на экономику страны.

Библиографический список

1. Левитт Т. Глобализация рынков. Harvard Business Review, 1983.
2. Олейнов А.Г. Экономическое будущее глобализации // Вестник МГИМО-Университета. 2018. № 4(61). С. 92-106. DOI: 10.24883/2071-8160-2018-4-61-92-106.
3. Пичурин И.И. Влияние глобализации на экономическое развитие: монография. Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2017. 110 с.
4. Национальные счета России в 2015-2022 годах: Стат. сб./ Росстат. М., 2023. 419 с.
5. Остапкович Г.В., Лола И.С., Усов Н.А., Семина В.В. Деловой климат в сфере услуг по итогам 2022 года. М.: НИЦ ВШЭ, 2023. 12 с.
6. Комолов О.О. Деглобализация: новые тенденции и вызовы мировой экономике // Вестник РГЭУ им. Г.В. Плеханова. 2021. Т. 18. № 2. С. 34-47. DOI: 10.21686/2413-2829-2021-2-34-47.
7. Фейгин Г. Глобализация мировой экономики: тенденции и противоречия // Мировая экономика и международные отношения. 2021. Т. 65, № 4. С. 5-13. DOI: 10.20542/0131-2227-2021-65-4-5-13.
8. Глущенко В.В., Глущенко И.И., Козырев В.А. Сервисология как научная основа развития сферы сервиса // Тренды и управление. 2019. № 1. С. 13-26. DOI: 10.26256/2454-0730-2021-20595.
9. Сидоров А.А. Развитие сферы услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики // Теоретическая и прикладная экономика. 2021. № 1. С. 39-47. DOI: 10.25136/2409-8647-2021-1-35316.
10. Горбашко Е.А., Ватолкина Н.Ш. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2019. № 3(49). С. 45-51.
11. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Альпина ПРО, 2022. 947 с.
12. Кошкарев М.В. Глобализация экономических процессов – одна из ключевых детерминант развития региональной экономики // Экономические отношения. 2021. Т. 11. № 2. С. 393-410. DOI: 10.18334/ео.11.2.112069.
13. Зимовец А.В., Климачев Г.Д. Анализ и оценка сценариев социально-экономического развития России в условиях санкционной блокады и непредсказуемости глобальных брендов мировой экономики // Экономические отношения. 2023. Т. 13, № 1. С. 181-202. DOI: 10.18334/ео.13.1.117207.
14. Селиванова М.В. Развитие рынка услуг в Российской Федерации // Российский внешнеэкономический вестник. 2024. № 1. С. 118-130. DOI: 10.24412/2072-8043-2024-1-118-130.
15. Долгих Е.Ю. Организационно-экономические особенности обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг в области иммерсивного обучения и доступа // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 13, № 1. С. 155-172. DOI: 10.18334/ерп.13.1.117084.
16. Смирнов В.П., Горбатенко А.В. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности организации сферы услуг на региональном рынке // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2017. № 9. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/09/5920> (дата обращения: 12.02.2024).
17. Костин К.Б., Субоч А.Н. Современные бизнес-модели электронной коммерции // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 3. С. 1623-1642. DOI: 10.18334/vinee.10.3.110593.
18. Скляр М.А., Кудрявцева К.В. Цифровизация сферы услуг как условие становления сервисно-цифровой экономики // Сборник тезисов четвертой международной конференции «Управление бизнесом в цифровой экономике». 2021. С. 64-70.
19. Довтаев С.А.Ш. Меры государственной поддержки отечественных производителей в сфере услуг // Деловой вестник предпринимателя. 2020. № 2(2). С. 35-36.
20. Погорова З.М., Китиева М.И., Зязикова Ф.К. Франчайзинг как действенная структура инновационного развития сферы услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 6(64). С. 295-297. DOI: 10.24411/2411-0450-2020-10579.
21. Кондрашова О.В., Кублин И.М., Воронов А.А. Трансформация маркетинга в деловой среде // Практический маркетинг. 2023. № 8. С. 22-27.
22. Азарян А.А. Развитие государственно-частного партнерства в сфере услуг // Инновационное развитие экономики. 2020. № 4-5(58-59). С. 61-66.
23. Денисенко А.Ю. Особенности формирования кластера сферы услуг // Российское предпринимательство. 2015. № 4(274). С. 585-592.