

AMERİKA BİRLƏŞMİŞ ŞTATLARINDA XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN ƏSAS XARAKTERİSTİKASI

UOT 339.9

DOI: <https://doi.org/10.30546/3006-0346.2025.2.86.287>

KAMRAN NƏBİYEV

Bakı Dövlət Universiteti, doktorant

ORCID 0009-0000-9482-7583

E-mail: kamran_nabiyev@inbox.ru

Giriş

2020-ci ilin əvvəlindən iqtisadiyyatın bütün sektorlarında fəvqəladə fasilələr baş verib. Birləşmiş Ştatlarda xidmət sektoru ilə bağlı irəlində qeyd edəcəyimiz doqquz iqtisadi fakt dəsti, ölkənin yənidən balanslaşmağa davam etdiyi bir vaxtda xərclər, məşğulluq və inflyasiya ilə bağlı son tendensiyaları göstərir. Biz görürük ki, pandemiyanın təsirləri uzanır: yalnız son aylarda xidmət sektorunda fəaliyyət pandemiya əvvəlki səviyyəyə çatdı. Buna baxmayaraq, fəaliyyət hələ də pandemiyanın olmadığı bir vaxtda olacağı gözləniləndən xeyli aşağıdadır və sonrakı bərpa gözlənilir.

Real xidmətlər və malların xərclərində son dəyişikliklər fəvqəladə olmuşdur. Pandemiyanın başlaması ilə 2020-ci ilin fevral və aprel ayları arasında xidmətlərə real xərclər 20 faiz azaldı. Xərclər üçüncü rübdə qismən geri qayıtdı, sentyabrda xidmət istehlakı pandemiya əvvəlki səviyyədən cəmi 8 faiz aşağı oldu. 2020-ci ilin dördüncü rübündən bəri xidmətlərə xərclər hər rübdə orta hesabla 1,7 faiz artıb. Buna baxmayaraq, xidmət xərclərinin pandemiya əvvəlki tendensiyasının sadə ekstrapolyasiyası göstərir ki, bu, hələ də trenddən xeyli aşağıdır. Əksinə, istehlak mallarına xərclər qısamüddətli daralmadan sonra artdı. 2020-ci ilin iyun ayından etibarən mallara real xərclər tendensiyadan xeyli yüksək olmuşdur - 2018-ci ildən 2019-cu ilə qədər olan tendensiya ilə müqayisədə 2021-ci ilin martında 15 faizə qədər. Bu yaxınlarda istehlakçılar xərclərin tərkibini tarixi modellərə daha yaxın tarazlaşdırdıqları üçün mallara xərclər azalıb - 2022-ci ilin iyul ayındaki trenddən 6 faiz yuxarı. Artan tələbat və güclü ev təsərrüfatlarının maliyyəsi ilə stimullaşdırılan xidmətlərə artan xərclərin və işə qəbulun artırılmasında çətinliklərlə üzləşən firmaların birləşməsi əməkhaqqı və qiymətlər üzərində yüksələn təzyiqlə deməkdir.

Bu gün özəl sektorda çalışan hər beş amerikalı işçidən dördü xidmət iqtisadiyyatında çalışır, xəstəxanalarda və qocalar evlərində qulluq göstərəkədən tutmuş yemək hazırlamaq və xidmət etməkədən məhsulların limanlardan mağaza rəflərinə və istehlakçıların əlinə keçməsinə təmin etmək üçün

hər şeyi edir. 2020-ci ildən bəri xidmətlər və mallar sektorunda məşğulluqdakı dəyişikliklər bu sektorlardakı xərclərdəki dəyişikliklərdən daha çox oxşar şəkildə hərəkət etmişdir. 2020-ci ilin əvvəlində xidmətlər sektorunda məşğulluq 17 faiz, mal sektorunda isə 12 faiz azalıb. Və məşğulluq yalnız son aylarda pandemiya əvvəlki səviyyəyə qayıtdı. Şübhəsiz ki, xidmətlər sahəsində məşğulluğun azalması mal sektorundan daha böyük idi, lakin bu, əsasən xidmət sektorunun daha da böyüdüyünü əks etdirir. Mal sektorunda məşğulluq 1979-cu ildə 25 milyon nəfərə çatdı. Həmin il xidmət sektorunda məşğulluq artıq 49 milyon nəfərdən yüksək idi; o vaxtdan bu yana 109 milyona yüksəldi.

Təhlil

2020-ci ilin əvvəlində baş vermiş seysmik və görünməmiş şokun aradan qaldırılmasından sonra xidmətlər sektorunda xərclər və məşğulluq bərpa olunmaqda davam edib və gələcək bərpa gözlənilir. Xidmətlər sektorunun həm real xərclərdə, həm də məşğulluqda pandemiya əvvəlki səviyyəyə qayıtması üçün 2022-ci ilin yazına qədər vaxt lazım idi. Bundan əlavə, COVID-19 pandemiyasının başlanğıcı və təsiri xidmət sektorunda iş yerində bərabərsizlikləri üzə çıxardı: üzbəüz xidmət göstərən bəzi işçilər iş yerində irəliləyiş imkanları az olan pis iş şəraiti ilə üzləşib, bəzi peşəkar xidmətlərdə çalışan digər işçilərə isə uzaqdan işləmək kimi yeni çəvilik verilib. Məşğulluğun artım tendensiyaları izləyə bilər; Bu faktlarda göstərdiyimiz kimi, istirahət və qonaqpərvərlik sahəsində məşğulluq digər sektorlardan, o cümlədən peşəkar xidmətlərdən geri qalır.

Xidmət sektoru onilliklər ərzində iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi olmuşdur və xidmət sektorundakı son yüksəliş iqtisadi artıma təkan verməkdə davam edir. Siyasət bu artımı dəstəkləməkdə hansı rol oynayır? Hamilton Layihəsi Dani Rodrik (Harvard Universiteti) tərəfindən müasir sənaye siyasəti çərçivəsinin məhsuldarlığı artırmaq və xidmət işçilərinin əmək gəlirlərini artırmaqla daha çox "yaxşı iş yerləri" yaratmalı olduğunu təsvir edən siyasət təklifini dərc etdi (Rodrik 2022). Daha dayanıqlı,

məhsuldar iqtisadiyyatın yaradılmasında sənaye siyasətinin rolu varmı? Və bu sənaye siyasəti təkcə istehsala deyil, həm də xidmət sektoruna və xidmət işçilərinə diqqət yetirə bilərmə? Təklifdə hər iki sualın cavabının bəli olduğu bildirilir.

Birləşmiş Ştatlardakı xidmətlər sektoru ilə bağlı bu iqtisadi faktlar toplusu xidmət sektorunun bərpasının əvvəlki biznes dövrlərindən necə fərqləndiyini araşdırır (Fakt 1 və Fakt 2); xidmət sektorunda müxtəlif sənaye sahələrində xərclər, məşğulluq, əməkhaqqı və işin xarakteri necə dəyişir (Fakt 3, Fakt 4, Fakt 5, Fakt 6 və Fakt 7); və inflyasiyanın trayektoriyası (fakt 8 və fakt 9) [1].

Fakt 1: Xidmətlərə tələbatın bərpası son iş dövrlərindən geri qalıb.

Fakt 2. İstirahət və qonaqpərvərlik, nəqliyyat və səhiyyə xidmətləri tələbatda ən çox azalma ilə üzləşib.

Fakt 3. Əksər sənaye sahələrindəki kiçik müəssisələr işçilərin işə götürülməsi ilə bağlı problemlərin digər problemləri də əhatə etdiyini bildirdilər.

Fakt 4. Muzdlu işçilər istirahət və qonaqpərvərlikdə yüksək səviyyədə qalır.

Fakt 5. Pandemiya əvvəlki ildə asudə vaxt və qonaqpərvərlik sahəsində işləyən şəxslərin əksəriyyəti bir ildən sonra da həmin sektorda işləyirdi.

Fakt 6. 2022-ci ildə ən böyük əməkhaqqı artımı qida xidmətləri və yaşayış sahələrində baş verib.

Fakt 7. Əksər peşələrdə şəxsiyyətlərarası qarşılıqlı əlaqənin əhəmiyyəti artmışdır.

Fakt 8. İnflyasiyanın trayektoriyası sektor və yerləşdiyi yerə görə fərqlənir.

Fakt 9. Yeni icarələr mənzil xidmətlərinin inflyasiyasına təkan verir.

Biznes dövrünün pik nöqtəsindən dərhal sonrakı dövr tarixən malların xərclənməsinin ilkin zəifliyi ilə səciyyələnir, xidmət xərcləri isə adətən az təsirlənir. Başqa sözlə, tənəzzülün son əlaməti istehlakçıların malların, xüsusən də uzunmüddətli malların alınmasını təxirə salmasıdır. Bu nümunə 1981, 1990 və 2008-ci illərin zirvələrindən sonra aydın oldu, baxmayaraq ki, 2001-ci ildəki tənəzzül zamanı daha az aşkar idi.

COVID-19 tənəzzülü zamanı xərcləmə nümunələri digər dövrlərdən əhəmiyyətli dərəcədə fərqli olmuşdur. Pandemiya əvvəlki 14 ayda illik real xərclərin artımı xidmətlər üçün 1,9 faiz, mallar üçün isə 4,4 faiz təşkil edib ki, bu da təxminən əvvəlki biznes dövrlərinə uyğundur. 2020-ci ildə hər

iki xərc növündə qısa, lakin kəskin azalmadan sonra, mallara edilən xərclər kəskin şəkildə artdı, xidmətlərə xərclər isə pandemiya əvvəlki zirvədən xeyli aşağıda qaldı. Mallara edilən xərclər 2021-ci ilin martında pandemiya əvvəlki səviyyələri 20 faiz üstələyib. Bərpa başladıqdan bir il yarım sonra malların real istehlakı yavaşladı. Əvvəlki dövrlərdə bu, malların istehlakının artmağa başladığı dövr idi.

Pandemiya ilə bağlı sağlamlıq riskləri şəxsi xidmətlərə tələbi əhəmiyyətli dərəcədə azaldıb və bu, 2020-ci ilin aprel ayına qədər xidmətlərə real xərclərin 20 faizdən çox azalmasına gətirib çıxarıb. Xidmətlərə real xərclər 2021-ci ilin əvvəlindən yavaş-yavaş bərpa olunub və 2022-ci ilin iyul ayında pandemiya əvvəlki səviyyələri keçib. Bununla belə, əvvəlki tendensiyadan hələ də təxminən 3 faiz aşağıdır; Üstəlik, mallara xərclərin kəskin artması səbəbindən xidmətlərə ümumi xərclərin payı pandemiya əvvəlki on il ərzində orta göstəricidən 4 faiz aşağıdır. 2020-ci ilin əvvəlində xərclərin azaldılması xidmət sektoruna ən çox zərbə vurdu: İstehlakçılar bir çox xidmət müəssisələri ilə üzbəüz əlaqə qurur və sağlamlıq riskləri bu qarşılıqlı əlaqələrin çoxunu məhdudlaşdırır. 1-ci faktda təsvir edilən COVID-19 tənəzzülü zamanı real xidmətlərdən istifadənin ümumi azalmasına hansı sektorlar səbəb olub? 2020-ci ilin aprel ayında xidmətlərin real istehlakının ilkin 20 faiz azalmasına ən böyük töhfəni istirahət, qida və yaşayış, nəqliyyat və səhiyyə sektorları verir.

Qida və yaşayış xərcləri 2021-ci ilin sentyabrında restoranlardan qaynaqlanan bərpa ilə pandemiya əvvəlki səviyyəyə çatdı. Real ərzaq xərcləri 2022-ci ilin iyul ayına qədər pandemiya əvvəlki səviyyələri 5 faiz üstələdi, eyni ayda mənzil xərcləri pandemiya əvvəlki səviyyələri cəmi 5 faiz keçdi. Səhiyyə xərcləri pandemiya əvvəlki səviyyələrə yaxınlaşsa da, hələ də bərpa olunmayıb. Təəccüblüdür ki, pandemiyanın yüksək olduğu dövrdə bir çox istehlakçı profilaktik qayğı və seçmə prosedurları təxirə salıb.

İstirahət və nəqliyyat xidmətlərinə edilən xərclər də şəxsi tədbirlərə xərclərin ilkin azalmasını əks etdirdi, ilkin olaraq müvafiq olaraq təxminən 60 və 50 faiz azaldı. Bu kateqoriyalar üzrə xərclər 2021-ci il ərzində davamlı olaraq artdı, lakin sonra 2022-ci ilin birinci yarısında bərabərləşdi. 2022-ci ilin iyul ayında istirahət və nəqliyyat xidmətlərinə real xərclər pandemiya əvvəlki səviyyədən təxminən 10 faiz aşağı olub [2].

Son bir neçə il ərzində kiçik müəssisələr zaman-zaman işçi qüvvəsi çatışmazlığı, eləcə də təchizat zənciri və logistika problemlərindən təsirləndiklərini bildirdilər. Bununla belə, ehtiyac duyduqları bütün işçiləri işə götürmək imkanı 2022-ci ilin aprel ayına qədər əksər sektorlar üçün ən çox bildirilən problem olaraq qaldı. 2021-ci ilin avqust ayından etibarən qida xidməti müəssisələri ardıcıl olaraq işçilərin işə götürülməsində ən böyük çətinlik olduğunu bildirdilər, müəssisələrin 50-70 faizi bunun problem olduğunu söylədi. İstehsal və səhiyyə də daxil olmaqla, digər sektorlarda təxminən 40 faiz işə qəbulda çətinliklər olduğunu bildirdi. Milli Müstəqil Müəssisələr Federasiyası (NFIB) tərəfindən 2022-ci ilin iyul ayında aparılmış sorğu, kiçik biznes sahiblərinin təxminən 50 faizinin vakansiyaları doldurmaqda çətinlik çəkdiyini bildirdi ki, bu da tarixi orta göstəricidən təxminən 20 faiz bəndi yüksəkdir (Dunkelberg və Wade 2022). Şirkətlərin işçilərin işə götürülməsində qarşılaşdıqları çətinliklər, çox güman ki, nisbətən əmək tutumlu olan xidmət sektoru müəssisələrinin bərpasını yavaşladacaq [3].

Bir çox kiçik biznes də təchizat və ya resurslara çıxışda çətinliklər olduğunu bildirdi. Bu, xüsusilə istehsal, tikinti və pərakəndə satışda olan kiçik bizneslər üçün doğrudur, hər bir sənayedə müəssisələrin təxminən 50 faizi Pulse sorğusunda təchizat və resurs məsələlərini bildirir. Bundan əlavə, istehsal şirkətlərinin əhəmiyyətli bir hissəsi həm istehsal gecikmələri, həm də məhsulların müştərilərə çatdırılmasında gecikmələrlə üzləşmişdir. Bu istehsal gecikmələrinin bir hissəsini miras alaraq topdansatış distribütorları da təchizat gecikmələri ilə bağlı problemlərlə üzləşiblər. Bu problemlər son aylarda azalmayıb. NFIB-nin iyul hesabatı, müəssisələrin təqribən 30 faizinin tədarük zəncirinin kəsilməsinin onların biznesinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir etdiyini bildirdi ki, bu da aprel ayında Nəbz sorğusunda ölkə üzrə orta göstərici ilə eynidir.

2020-ci ilin mart və aprel aylarında bütün xidmət sahələrində, xüsusən də istirahət və qonaqpərvərlik sahələrində rekord dərəcədə yüksək ixtisarlar qeydə alınıb. Bunu 2020-ci ilin may və iyun aylarında işə qəbul artımı izlədi. [4,5] Pandemiyanın ilk aylarından bəri əksər sektorlarda işdən çıxarılma və işə qəbul daha yüksək, lakin bir neçə nəzərəcarpacaq istisna olmaqla, pandemiya əvvəlki səviyyəyə daha yaxın olmuşdur: həm işdən çıxarılmaların, həm də işə qəbulun yüksək olduğu əyləncə və qo-

naqpərvərlik, istehsalat (daha yüksək işə qəbul) və tikinti (aşağı işə qəbul). Pandemiya zamanı işçi qüvvəsinin itirilməsi (işdən çıxarma və işə qəbulun birləşməsi) daha çox şəxsi iş tələb edən sənayelərdə ən yüksək olmuşdur (Stevenson 2021). İstirahət və qonaqpərvərlik sektorunda həm yüksək ixtisarlar, həm də yüksək işə qəbul əhəmiyyətli iş kəsiri ilə nəticələndi: 2022-ci ilin avqustunda məşğulluq hələ də pandemiya əvvəlki səviyyədən 1,2 milyon aşağı idi. [6,7] Bu, istənilən sənayenin ən böyük çatışmazlığıdır. Bu xidmətlərə tələbin bərpası davam etdikcə, vakansiyaların sayı əhəmiyyətli dərəcədə yüksək olaraq qalır. 2021-ci ilin dekabrında demək olar ki, 2 milyona çatan açıq istirahət və qonaqpərvərlik obyektlərinin sayı bu ilin aprelindən bir qədər azalaraq təxminən 1,5 milyona çatıb. Əhəmiyyətli dərəcədə təsirə məruz qalmış digər fərdi öyrənmə sektorlarına təhsil (dövlət və özəl) və səhiyyə daxildir. Özəl sektorda təhsil və səhiyyə kimi sənayelərdə 2020-ci ilin mart və aprel aylarında pandemiya əvvəlki işdən çıxarılma səviyyələri ilə müqayisədə 5 faiz bəndindən çox ixtisar müşahidə edildi. Özəl təhsil və səhiyyə sahələrində işə qəbul 2021-ci ilin yayından etibarən artıb, lakin 2022-ci ilin avqustunda bu sektorlarda məşğulluq pandemiya əvvəlki ümumi səviyyədən yalnız bir qədər aşağıda qalıb və əvvəlki tendensiyadan əhəmiyyətli dərəcədə aşağı olub. Bundan əlavə, səhiyyə və təhsil sektorlarında işəgötürənlər kadrların işə götürülməsində ciddi çətinliklər olduğunu bildirdilər. Dövlət sektorunda ixtisarlara artımı daha kiçik, lakin daha davamlı idi və 2020-ci ilin payızına qədər davam etdi, bu, əsasən dövlət və yerli təhsil müəssisələrində uzunsürən ixtisarlar səbəbindən davam etdi. Hökumət işləri üçün işə qəbul dərəcələri güclü olub, lakin 2021-ci ildən bəri ümumiyyətlə artıb. Bununla belə, 2022-ci ilin avqust ayında dövlət sektorunda məşğulluq 2020-ci ilin fevral ayı səviyyəsindən təxminən 3 faiz aşağıda qaldı və bu kəsinin təxminən yarısı yerli dövlət təhsil xidmətlərindən gəlir [8].

Nəticə

Pandemiya zamanı istehlak xərcləri xidmətlərdən mallara keçdikcə və sektor tədarük məhdudiyətləri ilə üzləşdikcə, ölkə daxilindəki şəhərlərdə malların qiyməti inflyasiya kəskin şəkildə yüksəldi (Stone 2022). Əmtəə inflyasiyasının illik dərəcəsi 2017-ci ilin avqustundan 2019-cu ilin avqustuna qədər və 2020-ci ilin avqustundan 2022-ci ilin avqustuna

qədər kəskin şəkildə artmışdır. Yeddi seçilmiş (və ümumiyyətlə təmsil olunan) böyük şəhərlərdə artım 7-9 faiz arasında olmuşdur; ABŞ-da orta hesabla bu rəqəm şəhərlərdə 8 faizdən çox artıb: 1,4%-dən 9,8%-ə qədər.

Xidmətlərin qiymət inflyasiyası da orta hesabla yüksəldi, lakin üçüncü panel artımın əmtəələrdən daha kiçik olduğunu və regionlar üzrə daha çox dəyişkənlik göstərdiyini üzə çıxarır. Əslində, xidmət qiymətlərinin inflyasiyası San-Fransiskoda aşağı düşdü və Los-Ancelesdə faktiki olaraq dəyişmədi, ehtimal ki, yeddinci paneldə göstəriləni kimi aşağı ev qiymətləri inflyasiyası səbəb oldu (Bununla belə, 9-cu fakt göstərir ki, mənzil üçün istehlak qiymətləri inflyasiyası (İQİ) ölçüləri artan qiymətlərə yavaş cavab verir və bu sahədə az inflyasiya müşahidə edən şəhərlərdə mənzil inflyasiyası arta bilər). Digər altı böyük şəhərdə xidmət inflyasiyası Sietldə 1,3 faizdən Miam bölgəsində 3,3 faizə qədər artıb.

ABŞ-da orta hesabla, qida xidmətinin inflyasiyası şəhər yerlərində 5,9 faiz artıb, evdə istehlak edilən ərzaqların qiymətləri restoranlarda və digər qida xidməti müəssisələrindəki qiymətlərdən daha çox artıb. Bununla belə, artım Mayamidə 2,8 faiz Hyustonda 7,4 faizə qədər şəhərlər arasında geniş şəkildə dəyişdi. İstirahət sektorunda inflyasiyanın artımı 0,9-8,0 faiz arasında dəyişib. Los Angeles, Filadelfiya və Sietl istisna olmaqla, səhiyyə xidmətlərinin qiymət inflyasiyası sabit qaldı və ya bir qədər azaldı.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Əlirzayev Ə.Q. *İqtisadi və sosial idarəetmə: bazar iqtisadiyyatı, metodoloji prinsiplər, qanunauyğunluqlar*. Bakı, 1997, 208 s.
2. Əlirzayev Ə.Q. *Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti*, Bakı, 2009.
3. Алексунин В.А. *Маркетинг в отраслях и сферах деятельности*. М.Изд. «Дашков и К.», 2007.
4. Разумовская А. *Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика*. М., 2006, 378 с.
5. Bateson J. *Managing services marketing*. United States of America, 1995.
6. Bateson J. E. and Hoffman. D. K. *Managing Services Marketing: Text and Readings*. — New York: The Dryden Press, 1999.
7. Bitner M., Zeithaml V. *Services marketing*. — Massachusetts, 1996.

8. Восколович Н.А. *Маркетинг туристских услуг*. Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2004.

XÜLASƏ

Üçüncü sektor işçilərin müəssisələrə və istehlakçılara xidmət göstərdiyi xidmət sektorudur. Üçüncü sektorun nümunələrinə nəqliyyat, pərakəndə satış, topdansatış, ərzaq xidməti, telekommunikasiya, əmlaka qulluq, səhiyyə, canlı əyləncə və polis və yanğınsöndürmə idarələri, sosial iş və hərbi xidmətlər daxildir. Xidmət sektorunun böyük hissəsi potensial istehlakçılara yaxınlıq ətrafında fırlandığı üçün üçüncü sektor ABŞ-da artıq mövcud olan coğrafiyanı əsaslı şəkildə gücləndirdi – onu yenidən təşkil etmək üçün çox az şey etdi.

Əsas istisnalardan biri ali sektorun ən böyük komponentlərindən biri olan turizmdir. 20-ci əsrdə Amerikada və bütün dünyada gəlirlər artdıqca, nəqliyyat növləri ucuzlaşdıqca və daha sürətli olduqca, getdikcə daha çox insan rekreasiya səyahətləri ilə məşğul olurdu. Bu səyahətlərin bir hissəsi sənaye dövründə böyüyən şəhərlərə idi. Nyu-York, Çikaqo, San-Fransisko, Yeni Orlean, Vaşinqton, Boston və Naşvill xüsusilə məşhur yerlərdir və turizm bu və digər Amerika şəhərlərinin iqtisadiyyatı üçün ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Yenə də ölkə daxilində demək olar ki, tamamilə turizm sənayesi ətrafında böyüyən bir çox qəsəbə və şəhər var. Las Vegas, Nevada kimi yerlərin təkamülü; Orlando, Florida; Sedona, Arizona; Branson, Missuri; Napa, Kaliforniya; və Aspen, Kolorado demək olar ki, tamamilə turizmlə bağlıdır. Eyni şeyi Atlantik, Körfəz və Sakit okean sahilləri boyunca, Böyük Göllərin yuxarı sahillərində, Şimal-Şərqdə və Cənub dağlıq hissəsindəki təpələrdə və dağlarda, Qərbin dağlarında və kanyonlarında, Havay adalarında yüzlərlə şəhər və qəsəbə üçün də söyləmək olar.

Açar sözlər: *kommunikasiya, xərclər, proqnoz, metod, funksional.*

**Основные характеристики сферы
услуг в США**
Докторант К.М.Набиев

РЕЗЮМЕ

Третичный сектор — это сфера услуг, где работники оказывают услуги предприятиям и потребителям. Примерами третичного сектора являются транспорт, розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание, телекоммуникации, обслуживание недвижимости, здравоохранение, развлекательная деятельность, а также полиция и пожарная служба, социальная работа и военные службы. Поскольку значительная часть сферы услуг была связана с близостью к потенциальным потребителям, третий сектор в корне укрепил географию, уже существовавшую в Соединенных Штатах, мало что сделав для ее реорганизации.

Одним из главных исключений является туризм, который является одним из крупнейших компонентов высшего сектора. В XX веке, по мере того как доходы в Америке и во всем мире росли, а транспорт становился дешевле и быстрее, все больше людей начинали путешествовать в развлекательных целях. Некоторые из этих поездок были в города, выросшие в индустриальную эпоху. Нью-Йорк, Чикаго, Сан-Франциско, Новый Орлеан, Вашингтон (округ Колумбия), Бостон и Нэшвилл являются особенно популярными направлениями, а туризм является неотъемлемой составляющей экономики этих и других американских городов.

Тем не менее, по всей стране есть много городов, которые практически полностью выросли вокруг туристической индустрии. Эволюция таких мест, как Лас-Вегас, Невада; Орландо, Флорида; Седона, Аризона; Брэнсон, Миссури; Напа, Калифорния; и Аспен, штат Колорадо, почти полностью зависит от туризма. То же самое можно сказать о сотнях городов и поселков вдоль побережий Атлантического океана, Мексиканского залива и Тихого океана, на верхних берегах Великих озер, на холмах и в горах северо-востока и гористого юга, в горах и каньонах запада и на Гавайских островах.

Ключевые слова: коммуникации, стоимость, прогноз, метод, функциональ.

**Key characteristics of the service sector
in the United States**
Doctoral student K.M.Nabiev

SUMMARY

The tertiary sector is a service sector in which workers provide services to businesses and consumers. Examples of the tertiary sector include transportation, retail trade, wholesale trade, food services, telecommunications, real estate services, health care, entertainment, as well as police and fire services, social work, and the military. Because much of the service sector was tied to proximity to potential consumers, the tertiary sector fundamentally reinforced the geography that already existed in the United States, doing little to reorganize it.

One major exception is tourism, which is a major component of the tertiary sector. In the 20th century, as incomes rose in America and around the world and transportation became cheaper and faster, more people began to travel for pleasure. Some of these trips were to cities that had grown up during the industrial era. New York City, Chicago, San Francisco, New Orleans, Washington, D.C., Boston, and Nashville are particularly popular destinations, and tourism is an integral part of the economies of these and other American cities.

Yet there are many cities across the country that have grown almost entirely around the tourism industry. The evolution of places like Las Vegas, Nevada; Orlando, Florida; Sedona, Arizona; Branson, Missouri; Napa, California; and Aspen, Colorado, depends almost entirely on tourism. The same can be said of hundreds of cities and towns along the Atlantic, Gulf of Mexico, and Pacific coasts, on the upper Great Lakes, in the hills and mountains of the Northeast and the mountainous South, in the mountains and canyons of the West, and in the Hawaiian Islands.

Keywords: communication, costs, forecasting, method, functional.