

УДК 330.123.6:339.924 (575.2) (04)

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ РЫНКОВ УСЛУГ – ЗАКОНОМЕРНОЕ ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

О.Г. Романович – соискатель

The analysis is given to main motivating factors of the service market globalization, structural aspects of globalization services, to their problems and consequences.

Динамичный прорыв услуг на мировые рынки в течение последних 25 лет является одним из наиболее значимых новых явлений в современной экономике. По классификации ВТО, на мировом рынке насчитывается более 155 видов услуг и среди них такие разнородные, как транспортные, коммуникационные, бытовые, торговые, информационные, услуги образования, здравоохранения и т.д.

Сфера услуг является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики. Хотя до последнего времени ее характерной особенностью была слабая вовлеченность в мирохозяйственный оборот. Несмотря на тот факт, что со времен Великих географических открытий транспорт, а позднее связь и финансовые операции образуют каркас, инфраструктуру мирового рынка товаров, и каждый технический переворот в этих сферах порождает, как правило, очередной прорыв в развитии системы международных хозяйственных связей. На протяжении большей части прошлого века участие услуг в системе мирохозяйственных связей увеличивалось, но в значительной мере уступало товарным потокам. В 1980 г. доля сферы услуг в мировом ВВП составляла 56%, тогда как в суммарном экспорте товаров и услуг – около 10%¹. В последние 25 лет новые тенденции на мировых рынках услуг обусловлены, в итоге, крупными масштабами и

глубокой многосторонней трансформацией этого сектора. Под воздействием ряда новых явлений сформировались условия для активной интеграции многих услуг в мировое хозяйственное пространство. На сегодня производство услуг составляет доминирующую или крупную часть современного хозяйства – в развитых странах его доля в ВВП и численности занятых достигла 70–80%, а в мировом ВВП – 65%². В услуги вкладывается около 40% мировых инвестиций. Еще большее влияние на параметры глобализации оказывают структурные и качественные сдвиги в рассматриваемой сфере. Стремительный выход услуг на мировые рынки – результат технологических, структурных и институциональных трансформаций в современной экономике.

На основе информационно-коммуникационных технологий, изменений в системе потребностей населения, усиления социально-гуманитарной направленности развития, повышения роли научного знания и человеческого капитала в составе источников экономического роста в последнюю четверть XX в. в отраслях сферы услуг произошла так называемая “бархатная” революция, коренным образом изменившая ее традиционный облик.

Если в прошлом ведущие позиции в структуре данного сектора в развитых странах занимали торговые, бытовые, рекреационные и ряд других услуг, то сегодня на центральное

¹ Мир на рубеже тысячелетий. – М.: Изд. дом “Новый век”, 2001.

² OESD in Figure, 2004. – Paris, 2004.

место выдвинулась группа наукоемких видов деловых и профессиональных услуг, телекоммуникации, а также образование, здравоохранение, культура. В сочетании с наукоемкими отраслями индустрии они образуют, наряду с модернизированными традиционными отраслями (торговля и транспорт), активно развивающееся ядро современной экономики и во многом определяют динамику, качественные параметры, конкурентоспособность как сферы услуг, так и всего хозяйства.

Говоря о Кыргызстане и о преобладании тех или иных видов услуг, стоит, прежде всего, отметить малоизученность состояния рынка услуг в стране. В настоящее время наряду с официальным статистическим сборником по оценке состояния сферы услуг в Кыргызстане (по данным переписи за 2004 год)¹, источником, раскрывающим рынок услуг республики, является исследование услуг по развитию бизнеса², инициированное ГТЦ (Проект поддержки развития частного сектора) и Хельветас Кыргызстан (Проект поддержки частных инициатив) за 2002 г. Согласно статистическому сборнику, по состоянию на 1 октября 2004 г. из всех хозяйствующих субъектов сферы услуг: 32,8% оказывают услуги транспорта и связи; 24,1% – услуги по операциям с недвижимым имуществом, аренде и предоставлению услуг потребителям; 20,2% – торговли, ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования; 11% – оказывают коммунальные и прочие персональные услуги; 4,4% – услуги гостиниц и ресторанов; 3,9% – образование; 2,1% – здравоохранения и предоставления социальных услуг; 1,4% – в финансовой деятельности и 0,1% – в области государственного управления (см. рисунок).

Согласно данным неофициального исследования, наибольшая доля этого рынка (21%) приходится на услуги связи. Далее находятся услуги по транспортировке (18%), консультационные услуги по оборудованию и инженерным вопросам (15%) и услуги по торговому посредничеству (10%). Самая низкая доля

(0,1%) приходится на услуги, связанные с персоналом.

Примечательно, что выход услуг на внешние рынки в последние годы в значительной степени связан с экспансией следующих услуг – телекоммуникаций, финансового сектора, информационных, компьютерных, консалтинга, менеджмента, маркетинга, инженерно-строительных, аудиторских, образовательных и ряда других. Эта группа отраслей оказывает растущее, а часто решающее воздействие на динамику, структурные и качественные характеристики интернационализации услуг и придает мощное ускорение общему процессу глобализации.

С позиций глобализации особенно важны отрыв от национальной почвы многих их видов, а также разрыв во времени производства услуги и ее потребления. Теперь стало возможным накапливать, хранить и передавать услуги на расстояние, потреблять в разных формах и в любое время, в том числе в режиме реального времени. Многие виды сервиса приобрели способность быть объектами внешней торговли, а мировое хозяйственное пространство открылось для растущих потоков услуг телекоммуникаций, сфер финансов и образования, большого спектра деловых и профессиональных услуг и т.д.

За последние несколько десятилетий объем международной торговли в области услуг постоянно увеличивался. Это увеличение объясняется двумя основными причинами: общим увеличением спроса на услуги во многих странах и общим увеличением объема торговли товарами³.

В свою очередь, увеличение спроса на услуги объясняется четырьмя направлениями развития:

➤ растущей потребностью в услугах вообще, связанной с повышением уровня жизни людей, развитием бизнеса, нуждающимся все больше в юридическом и финансовом консалтинге, маркетинге и рекламе и др. В новых

¹ Сфера услуг в Кыргызской Республике (по итогам переписи 2004 г.).

² Реслер У., Рязанов Е. Оценка рынка услуг для развития бизнеса в Кыргызстане, 2002.

³ Хаксвер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002.



Состояние сферы услуг в КР на 01.10.2004, в %.

условиях стремительно прогрессируют мобильные виды связи, ряд отраслей транспорта (прежде всего авиационный), финансовый сектор (увеличивается число компаний, в том числе за счет вхождения на рынок мелких и средних фирм, расширяется набор услуг, существенно снижаются цены на них);

➤ дезинтеграцией услуг, прежде осуществляемых внутренними силами, и переносом части работы на внешних продавцов специализированных услуг. Во многих случаях главной причиной дезинтеграции является экономия, которую обеспечивают специализированные сервисные организации, способные достичь обусловленной ростом масштаба производства экономии в некоторых аспектах действия своих услуг посредством стандартизации и за счет приобретения оборудования оптом;

➤ приватизацией государственного обслуживания. Программы приватизации в таких отраслях, как транспорт, телекоммуникации, финансовый сектор, розничная торговля и др. привели к существенным изменениям хозяйственной среды. Был облегчен доступ на их рынки новых производителей, в том числе за-

рубежных. Утверждались рыночные принципы ценообразования. В ранее высокомонополизированных отраслях развертывалась конкуренция с соответствующим воздействием на поведение участников рынка. За счет притока частного капитала возросли размеры инвестиций. Активизировалась инновационная деятельность;

➤ мощным прорывом в развитии информационно-коммуникационных технологий. Широкие перспективы для глобализации услуг открываются с развитием сети Интернет. Мировая сеть изначально имеет трансграничный характер, снимает пространственные и временные барьеры в международных контактах производителей и потребителей услуг.

К числу ключевых факторов внешнеэкономической экспансии услуг также можно отнести и растущий упор на эту сферу в стратегии и политике либерализации системы внешнеэкономических отношений, проводимых отдельными государствами, а также международными страновыми и отраслевыми организациями и объединениями (ЕС, ОЭСР, НАФТА и т.д.). Особенно активная роль в открытии рынков услуг принадлежит ВТО.

После принятия в 1995 г. Общего соглашения по торговле услугами (ГАТС)¹, нацеленного на разработку и внедрение общих правил игры на разнородных рынках и на их полную либерализацию, в рамках ВТО этой проблематике уделяется большое внимание. В повестку дня каждого последующего раунда переговоров участников ГАТС включаются программы либерализации тех или иных рынков, унификации условий торговли.

Специфика структуры мирового рынка услуг, как и товаров, состоит в значительной асимметрии распределения иностранных инвестиций, миграционных и торговых потоков, их преимущественной концентрации на рынках развитых стран. Однако этот дисбаланс со временем смягчается – доля развивающихся стран в мировом экспорте коммерческих услуг за 1980–2003 гг. выросла с 16 до 27%, а в мировом фонде прямых иностранных инвестиций в услуги – с менее 1 до 10%². Активно включаются в систему международного обмена услугами страны с переходной экономикой. Поставляя широкий набор конкурентоспособных услуг, в том числе наукоемких, используя практику аутсорсинга и опираясь на серьезные преимущества в издержках при должном уровне качества и технологий, новые производители постепенно теснят на рынках “старых”. В десятку крупных экспортеров коммерческих

¹ Система международных договоров в области торговли всеми видами услуг способствует активизации прямых иностранных инвестиций. Включает два элемента: общие обязательства типа “прозрачности” правил и законодательной базы в сфере услуг; специальные обязательства, подлежащие разработке, в частности, порядок допуска на рынок услуг. Соглашение распространяется на четыре вида поставки услуг (предоставление их через границу, перемещение потребителя услуг в страну их производителя, коммерческое присутствие юридического лица – поставщика услуг одной страны на территории другой и временное перемещение за границу физического лица – поставщика услуг) и четыре группы организаций, затрагивающих торговлю услугами (центральных, региональных и местных государственных учреждений, а также организаций, действующих по их поручению).

² World Investment Report, 2004.

услуг вошел Китай, быстро прогрессируют в этом направлении Индия, Турция, Польша, Хорватия.

Мощный прорыв услуг на внешние рынки раздвигает рамки глобализации. Это происходит не только в результате стремительного увеличения числа участников рынка, возрастания объемов и разнообразия услуг и т.д., но и радикального изменения их функций. Если прежде услуги выполняли, в основном, вспомогательную роль, опосредуя движение товарной массы, то сегодня подавляющая часть выступает во внешнеэкономическом обороте в качестве самостоятельных объектов.

Глобальный рынок услуг повторяет путь, пройденный рынком товаров, и развивается по тем же основным направлениям. Однако общая картина транснационализации услуг отличается крайней пестротой. Глубоко вросли в мировое хозяйство транспорт, коммуникации, финансовые отрасли, образуя его инфраструктуру и поставляя на рынки самостоятельный продукт. Активно глобализируются деловые и профессиональные услуги, прежде всего наукоемкие – информационные, компьютерные, консалтинговые, инженерно-строительные и ряд других. Намного прочнее укоренены в национальную почву социально-культурные, бытовые, юридические, ряд рекреационных услуг. В целом же, несмотря на впечатляющий прогресс, по уровню глобализации сектор услуг продолжает уступать материальной сфере.

Одна из причин лежит в сохранении для многих из них территориальной привязанности производства, его совпадении во времени с процессом потребления. Еще более важным фактором является специфика хозяйственной среды – сравнительно высокий уровень ограничений свободы предпринимательства в ряде отраслей. В одних он мотивируется необходимостью защиты потребителей от монополизма, обмана, мошенничества производителей, соблюдения прав личности, в других – целями обеспечения национальной безопасности, сохранения национальной культурной идентичности.

Диапазон мер по ограждению внутренних рынков услуг широк. Общеприняты системы лицензирования, сертификации, аккредитации, подтверждения образовательного и квалификационного статуса производителей, разного

рода ограничения на перемещение рабочей силы и потребителей услуг. Сравнительно более жестко контролируются прямые инвестиции в отрасли услуг. Практикуются квоты на присутствие на тех или иных рынках, лимитируется участие в совместных с принимающей стороной предприятиях и программах, действуют особые правила репатриации прибыли, а также ограничения по срокам работы в отрасли или стране, по участию иностранцев в органах управления совместных структур и т.д.

Для сферы услуг также характерны существенные межстрановые различия в принципах и практике организации хозяйственной деятельности.

Высокие входные барьеры для производителей, слабая конкуренция и более сильные монопольные тенденции сдерживают развитие отраслей услуг и их интеграцию в мировое хозяйственное пространство. В этой связи либерализация рынков услуг выдвинулась во многих странах и их объединениях в число первоочередных целей экономической политики. Как уже было сказано выше, данная проблематика занимает центральное место в деятельности ГАТС – приоритеты неизменно отдаются снижению барьеров в торговле услугами и установлению общих правил игры на разнородных рынках.

Глобализация услуг порождает острую научную и общественную дискуссию относительно хода и результатов этого процесса. Доводы его сторонников примерно те же, что и защитников глобализации товарных рынков: оптимизация распределения ресурсов в рамках мирового хозяйства и повышение эффективности их использования на базе углубления общественного разделения труда. С позиций

мирохозяйственного развития особенно важна интенсификация обмена нематериальными ценностями, рост масштабов и ускорение международного распространения научного знания, передовых технологий, производственного опыта, организационно-управленческих моделей. Немалые выгоды от глобализации получают потребители услуг, поскольку расширяются возможности выбора, под давлением конкуренции снижаются цены, улучшается качество сервиса, появляется множество его новых видов. Глобализация услуг оказывает существенное воздействие на гуманитарный прогресс: с расширением доступа потребителей к высококачественным услугам образования, здравоохранения, культуры, рекреации повышается качество жизни населения, идет взаимообогащение культур разных народов и т.д. В ходе международной экспансии услуг создаются условия для сокращения глубокого разрыва между развитыми и развивающимися странами по ключевым показателям экономического и социального развития.

В ряду негативных последствий глобализации услуг отмечаются угроза американизации образа жизни, утверждение чуждых тем или иным народам жизненных стандартов и стереотипов поведения, высокая концентрация обмена наиболее ценными нематериальными услугами в небольшой группе стран и ряд других.

В целом же в общественном мнении все более утверждается оценка глобализации услуг как одного из проявлений поступательного движения производительных сил, остановить которое невозможно. Структурные сдвиги на мировых рынках услуг углубляют общий процесс глобализации и ускоряют переход мирового хозяйства на постиндустриальную стадию.