Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

«Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины»

Экономический факультет

Курсовая работа

**Глобализация услуг: динамика, формы, специфика**

Исполнитель:

Студентка группы К-52

Левашова Т.Е.

Гомель 2007

**Содержание**

Введение

1. Сфера услуг: структура производства и внешняя торговля

2. Динамика услуг

Заключение

Литература

**Введение**

В популярной, а в последние годы и модной тематике глобализации, отличающейся широким разбросом подходов и проблем, сфера услуг относится к разряду сравнительно малоизученных. И хотя внешние рынки ряда услуг, например, туризма, финансовых услуг, в последнее время – образования, привлекают пристальное внимание исследователей, систематические труды, обобщающие ситуацию по всей сфере, по целому ряду причин встречаются крайне редко. Одна из причин состоит в том, что крупномасштабная международная интеграция на рассматриваемых рынках стала особенно четко проявляться только в последние 20-25 лет, а потому изучение глобализации традиционно фокусировалось на внешнеэкономических отношениях по поводу товаров, вещной продукции. Торговые переговоры и разногласия также в основном касались барьеров на пути внешнеэкономических операций с промышленными и сельскохозяйственными товарами.

Немаловажное значение имеет и структурная специфика самой сферы услуг. Не являясь внутренне интегрированным хозяйственным комплексом, она не противостоит другим сферам хозяйства как нечто целое и представлена широким разнообразием отраслей. В классификации ВТО выделяются, например, почти 160 видов услуг и объединяются такие функционально разнородные, как образование и туризм, операции с ценными бумагами и космические запуски и т.д. При таком сложном калейдоскопе любые обобщения, касающиеся процессов и явлений в рассматриваемой сфере, во многом условны и на каждый общий вывод всегда находятся довольно убедительные исключения. Таково положение и с оценками глобализации услуг. Слабая до последнего времени вовлеченность большинства услуг в этот процесс не оспаривается. Но столь же очевидно, что такие услуги, как транспорт со времен кругосветных путешествий Магеллана, а позднее связь и финансовые операции образуют несущий каркас, инфраструктуру общего процесса глобализации, и каждый технический переворот в этих отраслях порождал, как правило, очередной прорыв в развитии международных хозяйственных связей. Зависимость глобализации от уровня развития ряда услуг отчетливо выражена и в современный период, когда скоростной железнодорожный транспорт, прогресс в авиации, революционные сдвиги в телекоммуникациях существенно ускоряют динамику одних глобальных рынков и становление других.

**1. Сфера услуг: структура производства и внешняя торговля**

Причины длительного игнорирования услуг в контексте изучения глобализации коренятся и в особенностях продуктов труда, выраженных в форме услуги: неосязаемый характер осложняет учет и мониторинг их производства и потребления, как и внешнеэкономических операций. Крайней неопределенностью отличается и само понятие "услуга". При общепринятом широком подходе этим термином обозначают хозяйственную деятельность, результаты которой выражены в нематериальной форме, совпадают по месту и времени с производством и не могут накапливаться и храниться. То есть к "услугам" практически относят все виды и результаты трудовой деятельности, не принимающие вещную форму. Любопытно в этой связи весьма образное определение, данное журналом "Экономист" и протиражированное во многих изданиях:

"Услуги – это все то, чем торгуют, но что не может упасть вам на ногу»[[1]](#footnote-1). Но и при таком максимально расширенном и упрощенном подходе целый ряд услуг не удовлетворяет указанным критериям: услугам образования, здравоохранения, культуры имманентно присуще свойство накапливаться и храниться в характеристиках их потребителей.

Решения давно назревшей проблемы научного определения и классификации услуг требуют и глубокие преобразования в составе общественного продукта, его постоянное обновление и структурное и технологическое усложнение. Особенно важно учитывать специфику эволюции общественного производства в последние 3–4 десятилетия. Она выражается не только и не столько в нарастании объемов вещной продукции и услуг и углублении межотраслевых связей между производящими их отраслями, сколько во взаимопроникновении, интеграции этих компонентов общественного продукта в единых процессах. Во многих видах деятельности, особенно в новых технологиях, вещный продукт и услуга вообще практически неразделимы.[[2]](#footnote-2) Эта новая ситуация не получает, однако, адекватного отражения в действующих системах отраслевой классификации, финансовой отчетности и статистики зарубежных стран, хотя некоторые конкретные шаги в этом направлении уже предпринимаются. В США, например, скорректированы показатели валовых капиталовложений в системе национальных счетов: в затраты на компьютерную и информационную технику включены расходы на программное обеспечение.[[3]](#footnote-3) Известно и изменение отраслевой классификации в североамериканских странах: кроме материальной сферы и сектора услуг в ней выделена группа промежуточных отраслей, где услуги и вещный продукт внутренне глубоко интегрированы. Это компьютерные услуги, полиграфия и издательское дело, медиа-бизнес.

В докладе, тем не менее, сделана попытка проанализировать основные черты вовлечения в систему мирохозяйственных связей всей совокупности отраслей услуг. В центре исследования – экономическая проблематика, в том числе преобразования в самой сфере услуг, служащие сильными стимуляторами глобализации, поскольку снимают или ослабляют действие традиционно высоких барьеров на пути в мировую экономику многих отраслей рассматриваемого сектора.

Интеграция большинства услуг в систему международных связей является одной из отличительных характеристик постиндустриальной экономики, устраняющей в той или иной степени явное несоответствие между преобладанием услуг в общей структуре производства многих стран и их более, чем скромным местом во внешнеэкономической сфере. Действительно, если доля услуг в мировом ВВП и численности занятых в конце 20 века составляла более 1/2, а в ведущих странах достигала 2/3–3/4, то во внешнеторговом обороте этот показатель приближался к 20 % или немного превышал эту величину и был несколько более высоким в прямых иностранных инвестициях, (см. табл. 1) Главная причина этого противоречия – высокие трансграничные барьеры на пути многих услуг, обусловленные такими их родовыми характеристиками, как совпадение производства и потребления во времени и пространстве, возможность накопления, хранения и транспортировки, неосязаемый, нематериальный характер. Соответственно производство многих услуг было локализовано, а его продукт нетранспортабелен.

В последней четверти прошлого и начале нового века это положение кардинально меняется. Под воздействием целого ряда факторов услуги отрываются от национальной почвы, активно встраиваются в мировое хозяйственное пространство. Сильнейшим стимулом изменений служит взятый во многих странах курс на либерализацию рынков, в наибольшей степени коснувшийся отраслей услуг. Политика дерегулирования и приватизации на транспорте, в отрасли телекоммуникаций, финансовой сфере, розничной торговле и т.д. вела к раскрепощению хозяйственной среды: был значительно облегчен доступ на рынки новых производителей, в том числе и зарубежных, менялась система ценообразования, в ранее высоко монополизированных отраслях зарождалась или усиливалась конкуренция с соответствующим воздействием на рыночное поведение производителей, уровни издержек и цен. Снимались традиционно довольно жесткие ресурсные ограничения, связанные с преимущественной в ряде отраслей опорой на бюджетное финансирование; возрастал приток частных инвестиций и инноваций; обновлялся и расширялся набор услуг. Либерализация дала мощный импульс развитию мобильных средств связи, прогрессу на авиатранспорте – увеличению числа компаний и сети маршрутов, значительному падению цен на авиаперевозки и т.д. Только за первые три года после демонополизации телекоммуникаций цены на эти услуги в США снизились на 12 %, Австралии – на 15 %, Японии – на 30 %, в Англии – на 42 %.

Содействие экспансии услуг на мировых рынках было важным направлением стратегии международных страновых и отраслевых организаций и объединений (ОЭСР, ЕЭС, НАФТА и многих других) по либерализации системы внешнеэкономических отношений. Первостепенное значение имела политика либерализации, проводимая в рамках ВТО с постоянным усилением акцентов на услуги, особенно после принятия в 1995 г. Общего соглашения по торговле услугами (ГАТС). Так, в 1997 г. по соглашению между 38 странами, на долю которых приходится 93 % торговли информационной продукцией, были отменены пошлины на компьютерное и коммуникационное оборудование, программное обеспечение, полупроводниковую технику. В том же году 69 стран предоставили инофирмам возможность поставлять услуги телекоммуникаций на своей территории. Эта мера, по имеющимся оценкам, открыла для конкуренции и инноваций до 95 % общего рынка телекоммуникаций4 Открытие рынков и возросшая конкуренция толкали производителей услуг на поиск и освоение новых сфер реализации, в том числе зарубежных, а снижение издержек и цен облегчало рыночную экспансию.

В последние 2–3 десятилетия непрерывно нарастало воздействие на отрасли услуг и их интеграцию в мировой рынок научно-технической революции и в первую очередь мощного рывка в развитии информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Примечательно, что эти универсальные технологии трансформационного характера возникли в отраслях услуг, выражаются и распространяются преимущественно в форме услуги и сильнее всего преобразуют производство услуг, в первую очередь услуг с высоким информационным содержанием. С позиций глобализации услуг особенно важен такой результат ИКТ, как делокализация их производства, возможность накопления и хранения. Новые технологи позволяют передавать многие их виды, в любое время и на любое расстояние, а также накапливать и хранить в закодированном виде на материальных носителях или в электронной форме. Снимая традиционные ограничения, новые технологии придают многим услугам способность быть объектами торговли ("tradeability"). На этой основе идут революционные по своей сути преобразования, открывающие мировое хозяйственное пространство для услуг телекоммуникаций, финансовой сферы, компьютерных, страховых, широкого спектра деловых и профессиональных услуг. Серьезно меняется содержание операций и во многих традиционных отраслях – на транспорте, в торговле, рекреационной сфере.

Таблица 1. Сфера услуг: структура производства и внешняя торговля

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Удельный вес сферы услуг в ВВП (%) | | Экспорт услуг в % к экспорту товаров и услуг | | Внешняя торговля коммерческими услугами,  1999 г. млрд. долл. | | |
| 1990 | 1999 | 1990 | 1998 | Экспорт | Импорт | Сальдо |
| С низким уровнем дохода | 40 | 44 | 13,2 | 16,0 | 26,7 | 41,5 | -14,8 |
| Со средним уровнем дохода | 47 | 54 | 14,6 | 17,4 |  | 220,8 | -9,9 |
| С высоким уровнем дохода | 52 | 66 | 19,6 | 20,7 | 1033,9 | 997,3 | +36,6 |
| Все страны мира | 59 | 63 | 18,5 | 19,6 | 1271,4 | 1259,7 |  |
| США | 70 | 72 |  | 26,0 | 253,4 | 180,4 | +73 |
| Великобритания | 67 | 74 |  | 26,6 | 101,5 | 81,4 | +20,1 |
| Франция | 70 | 74 | 23,4 | 21,7 | 82,6 | 63,1 | +19,5 |
| Германия | 64 | 71 | 10,9 | 12.7 | 79,3 | 132,8 | -53,5 |
| Италия | 66 | 71 | 22,2 | 21,6 | 61,2 | 58,4 | + 2,8 |
| Япония | 56 | 62 | 12,6 | 13,7 | 60,3 | 114,2 | -53,9 |
| Россия | 35 | 56 | … | 14,8 | 9,1 | 12,4 | -3,3 |

Тесное переплетение технологических факторов глобализации с экономическими и мерами по либерализации рынков, усиливая друг друга, приводят к значительному снижению издержек и цен, повышению качества обслуживания, появлению множества новых видов услуг высокого класса. Расширяется рыночное пространство в том числе и за счет доступа к высококачественным услугам жителей районов, удаленных от мест их производства. Во многих услугах идет по существу формирование новой торговой среды и новой модели реализации. В глобальном пространстве создаются хозяйственные цепочки и сети, связывающие производителей услуг наиболее эффективным образом. И на рынках услуг утверждается хозяйственная модель, отработанная ранее в материальной сфере, когда общий цикл производства дробится на операции, выполняемые в разных точках мира. Так, в инженерно-строительной фирме "Бектел" штаб-квартира расположена в Калифорнии, проект строительства или реконструкции может разрабатываться в Индии, менеджмент находиться в Финляндии, страхование осуществляться в Лондоне, а реализация проекта – в Латинской Америке. Растущая в масштабах экспансия услуг на мировых рынках ускоряет общий процесс глобализации, раздвигает внешнеэкономическое пространство. За счет включения в международный обмен нематериальной продукции с высоким научным содержанием повышается его качественный уровень.

В последние годы революционизирующее воздействие новых технологий на услуги и их глобализацию с особой силой проявляется в развитии Интернета. Во-первых, с услугами связано само его предназначение – реализация широчайшего спектра их видов за пределами реального мира, в виртуальном хозяйственном поле. Во-вторых, это технологическое новшество изначально, по самой своей природе имеет трансграничный, глобальный характер: здесь отсутствуют пространственные барьеры в международных контактах потребителей и производителей, связи которых совершаются кроме того в режиме реального времени.

Новый многоцелевой механизм проходит начальную стадию развития, но уже довольно четко вырисовываются его главные хозяйственные функции. Это прежде всего – обслуживание потребительского спроса населения на товары и услуги. Через мировую сеть реализуются розничные продажи, где лидируют книжная продукция, компьютеры и программное обеспечение, аудио – и видеопродукция, музыкальные записи, бытовая электроника и т. д., а также широкий набор услуг, прежде всего операции с ценными бумагами, бронирование авиа- и других билетов и гостиничных мест, услуги сферы досуга и развлечений. Еще более заметное место занимает Интернет в удовлетворении производственного спроса, действуя как механизм установления более эффективных хозяйственных связей фирм всех отраслей хозяйства с поставщиками и покупателями, получения компаниями целого комплекса бизнес-услуг. В результате сокращаются или устраняются многочисленные посреднические звенья, оптимизируются маршруты грузоперевозок на принципах логистики и т.д. Через Интернет проходят крупные и возрастающие потоки рекламы как потребительского, так и производственного назначения, а также информации самого разнообразного свойства. Сбыт целого ряда товаров и услуг через Интернет обходится намного дешевле, чем через традиционные каналы при большем удобстве для потребителей. Проведение операции онлайн стоит банку, например, всего 1 цент, тогда как с помощью банкомата – 27 центов, телефона – 52 цента, через операциониста – 1,14 центов[[4]](#footnote-4). Несмотря на впечатляющие темпы прироста, объемы реализации товаров и услуг населению в Интернете в целом пока невелики. Даже в США, которые лидируют по степени использования этой технологии, ее вклад в ВВП оценивается в 2 %, доля в розничном товарообороте в 1,1 %[[5]](#footnote-5). При этом услуги производственного характера развиваются намного быстрее, и их эффект уже сегодня, судя по имеющимся оценкам, значительно выше, чем в потребительском секторе.

Становление кардинально нового, виртуального сектора услуг порождает множество его оценок и прогнозов, часто довольно противоречивых. После периода бурного ажиотажа и неоправдавшихся ожиданий, закончившегося резким падением стоимости акций, появляются более трезвые и взвешенные оценки и его природы, и экономического потенциала. Большинство экспертов сходится во мнении, что Интернет действительно высокоэффективная технологическая модель реализации широкого круга услуг в виртуальной среде. Но важнейшая характеристика Всемирной сети в том, что она действует не в изоляции от реального хозяйственного пространства, а служит его дополнением и продолжением. Высказывается и не лишенная резона точка зрения, что новизна Интернета исчерпывается сугубо технологическими характеристиками и не затрагивает сколько-нибудь существенно основополагающие экономические закономерности. Несмотря на прочно утвердившиеся применительно к Интернету клише "новая экономика", хозяйственные операции здесь осуществляются в соответствии с законами и принципами традиционной экономики. Не подтвердился ряд положений о том, что цель деятельности в Интернете – не прибыль, а расширение аудитории пользователей, получение прибыли при абсолютной информационной прозрачности вообще не реально, нет места государственному регулированию и цикличности развития и т.д. После спада безудержного восторга вокруг "технологического чуда" очевиден всеобщий поворот участников хозяйственного процесса в Интернете к его более прагматическому восприятию и использованию, а акценты в их деятельности явно смещаются в плоскость издержек и цен, тщательных расчетов доходов на инвестиции, поисков в каждом конкретном случае оптимальных соотношений цены и качества и других базовых экономических категорий.

Не вызывает сомнения и развитие Интернета в соответствии с законами конкуренции. Для оценки его хозяйственной природы примечательно мнение Билла Гейтса: он видит в этом феномене средство конкурентной борьбы предприятий, представляющих реальные бизнесы, а не механизм создания принципиально новых моделей бизнеса. Это положение трудно оспорить, поскольку производственные функции, выполняемые в Интернете, – это не что иное, как виртуальные варианты различного рода посреднических операций, но реализуемых на качественно ином технологическом уровне и экономически потенциально более эффективных. Важно отметить, что наибольшие выгоды бизнес-сообщество и уже получает, и ожидает в будущем от интеграции виртуального хозяйственного пространства с традиционной экономикой, причем преимущественно на основе снижения издержек, а не роста прибыльности, и видит в их сращивании магистральный путь развития Интернета. В основе же наблюдаемого слияния реальных и виртуальных операций как раз и лежат единые экономические закономерности. Но одно из главных преимуществ Интернета перед реальной средой – более высокие потенциал и эффективность международных сделок за счет существенного снижения транзакционных издержек.

Более взвешенный подход к Интернету не означает его недооценки, столь же неуместной, как и первоначальная волна безграничного восторга, и потому нельзя согласиться и с высказываниями типа: "электронная революция завершилась, не начавшись", "бум Интернета выдохся" и т. п. На деле выяснилось, что максимально полное раскрытие хозяйственного потенциала этого механизма зависит от целого комплекса условий. Среди самых неотложных – развитие технологических возможностей для доступа широких слоев пользователей и повышение их компьютерной грамотности, что особенно актуально для слаборазвитых стран, разработка принципов и норм правового регулирования сделок в специфической рыночной среде, в том числе на межнациональном уровне особенно мер по защите интеллектуальной собственности, прав личности и т. п. Показательно, что и в виртуальном пространстве действует свойственный традиционной экономике принцип "маятника", чередования тенденций к усилению государственного регулирования или к либерализации. От точки максимума экономической свободы, а Интернет зародился на абсолютно либеральной основе, маятник закономерно движется в сторону системы регулирования, установления свода правил игры, регламентации, мер контроля в принципиально новых условиях.

Рассмотренные процессы, безусловно, способствовали прорыву услуг на мировые рынки, но он не состоялся бы, не будучи подготовленным и обусловленным многосторонними преобразованиями в самой этой сфере. Глобализация опирается на продолжающийся во всех странах и практически во всех отраслях рост производства услуг, несмотря на достигнутые высокие уровни. Некоторое же замедление динамики ряда производств, вполне естественное при достигнутых масштабах, приводя к обострению проблемы реализации, усилению конкуренции, толкает производителей при прочих равных условиях на поиск и освоение новых рынков, в том числе зарубежных. Но намного большее значение для глобализации имеют технологические, структурные и качественные сдвиги в рассматриваемом секторе. На основе ИКТ и сдвигов в структуре потребностей за последние 2–2,5 десятилетия здесь произошла "тихая революция", радикально преобразившая его "облик". Если в прошлом понятие "услуги" во многом связывалось с розничной торговлей, рядом бытовых и рекреационных услуг, то в настоящее время на авангардные позиции вышла и прочно утвердилась целая группа наукоинтенсивных услуг. Это прежде всего широкий круг деловых услуг: компьютерные информационные, научные исследования и разработки, маркетинг, управленческий консалтинг различного профиля, инженерно-строительные, аудиторские, рекламные, по связям с общественностью, службы занятости и т.п. Во всех ведущих странах мира в короткие сроки сформировался крупный блок такого рода отраслей, работающих на потребности производства, с численностью занятых и в США, и в ЕЭС более 11 млн. человек.

Среди причин расширения комплекса деловых услуг важное место занимает практика так называемого аутсорсинга. Начиная с 80-х годов, в ходе развернувшейся в развитых странах реструктуризации промышленности крупные фирмы всех отраслей в целях повышения эффективности в массовом порядке освобождались от непрофильных видов деятельности, концентрируя ресурсы и усилия на основных функциях. В результате такого рода дезинтеграции на рынках услуг оперативно закрепилось в качестве самостоятельных хозяйственных субъектов большое число отпочковавшихся фирм, как правило, небольших по размеру. Благодаря узкой специализации, эффективной рыночной стратегии, высокому профессионализму работников многим из них удавалось перешагнуть национальные границы.

Деловые услуги в сочетании с высокотехнологичными отраслями промышленности образуют ныне динамичное ядро хозяйственной структуры развитых стран, во многом определяющее темпы и качественные параметры общественного развития. В США на долю услуг приходится примерно 1/3 всего комплекса отраслей высоких технологий. К деловым услугам примыкают услуги телекоммуникаций, финансовой сферы, страхования. В эту группу также входят поднявшиеся и в своем значении, и по технологическому уровню отрасли образования, здравоохранения, формирующие человеческий капитал, ключевой источник современного развития. Высокая динамика и расширение позиций этого "продвинутого" сектора услуг обусловлены резко возросшей их востребованностью во всех странах, секторах хозяйства, как главной движущей силы современного развития – экономического роста, социального прогресса, повышения качества жизни, а также ключевого фактора конкурентоспособности на микро- и макроуровне хозяйства.

Спрос на услуги более высокого порядка предъявляют практически все подразделения общественного хозяйства. Опережающими темпами растут затраты на услуги в составе потребительских расходов населения. В США, например, с 1959 по 2000 г. доля всех услуг в семейных бюджетах увеличилась с 40 до 58%, услуг здравоохранения – с 5,2 до 14,8 %, финансовых услуг и операций – с 2,9 до 7,7 %, рекреационных – с 2,0 до 3,9 %, образовательных – с 1,3 до 2,4 %[[6]](#footnote-6).

Услуги становятся все более крупной статьей общих производственных издержек фирм: традиционные статьи затрат на материалы, сырье, связь и транспорт существенно отступают перед расходами на информационные, компьютерные и финансовые услуги, маркетинг, консалтинг различного профиля, рекламу, услуги по связям с общественностью и т.д. В целом ряде высокотехнологичных отраслей расходы на услуги выросли в самую крупную статью производственных издержек. На долю услуг в обшей сумме производственных затрат в обрабатывающей промышленности США в 1997 г. приходилось 30 %, строительстве – 41 %, торговле – 82 %, финансовом секторе – 85 %, а во всем оборотном общественном продукте – 50 %[[7]](#footnote-7). По имеющимся расчетам, прирост сферы услуг в развитых странах в 80-е годы на 60–80% определялся ростом производственных потребностей.

# **2. Динамика услуг**

Динамика услуг связана и с расширением спроса со стороны государства. В результате реформ его хозяйственные функции и соответственно расходы все более нацеливаются на развитие социальной и производственной инфраструктуры, как главных сфер ответственности современного государства и условий эффективности национальной экономики. При этом абсолютное и относительное увеличение бюджетных затрат на образование, здравоохранение, культуру, транспортную и коммуникационную инфраструктуру, экологические программы диктуется не только требованиями закона возвышения потребностей и усложнением производства, но и рядом новых факторов, таких как переход к реализации концепции непрерывного образования, прогрессирующий процесс старения населения, повышение требований населения к качеству жизни и окружающей среды и т. д.

Для трансграничной экспансии услуг существенно важны также институциональные преобразования в рассматриваемом секторе, сводящиеся в значительной степени к усилению роли рыночных принципов и начал. Стремительное развитие блока деловых услуг преимущественно на рыночной основе, расширение частного предпринимательства в сферах здравоохранения, образования, культуры по мере повышения жизненного уровня населения и ряду других причин, реализация программ дерегулирования и приватизации в общественном секторе – все это раздвигало и раскрепощало хозяйственное пространство в сфере услуг, усиливало конкуренцию и рыночную экспансию, не признающую в принципе национальных границ.

Многоплановые преобразования в сфере услуг в развитых зарубежных странах в последние десятилетия 20 века имеют немаловажный концептуальный контекст. Ее развитие убедительно подтверждает обоснованность положений, выдвинутых в начале 70-х годов группой ученых ИМЭМО во главе с д.э.н. Е.А. Громовым и вызвавших острую научную дискуссию. Были подвергнуты критике господствовавшие в среде советских ученых-марксистов взгляды о непроизводительном характере труда в отраслях сферы услуг; ее "второсортности" и развитии за счет перераспределения доходов из материального производства; о неспособности капитализма развивать материально-вещное производство, тенденциях его паразитизма и загнивания, как главных причинах опережающего развития услуг и т. д. Экономические реалии последующих лет практически сняли вопрос о непроизводительном характере труда в услугах и их вспомогательной роли в общественном производстве: наука, образование и ряд других услуг выступают в качестве ключевых факторов современного экономического роста и социального прогресса. Полностью оправдались и выводы исследователей ИМЭМО об объективных корнях и закономерностях роста рассматриваемой сферы, о "невозможности движения современного хозяйства без хорошо развитых специальных отраслей труда, функцией которых является производство нематериальных форм богатства современного экономического роста и социального прогресса. Полностью оправдались и выводы исследователей ИМЭМО об объективных корнях и закономерностях роста рассматриваемой сферы, о "невозможности движения современного хозяйства без хорошо развитых специальных отраслей труда, функцией которых является производство нематериальных форм богатства и услуг", о взаимопроникновении материально-вещественных и нематериальных форм общественного производства. Тогда же была предложена научная классификация отраслей услуг, и сегодня не утратившая своей ценности

Действительность даже где-то превзошла ожидания авторов этой концепции: три десятилетия назад трудно было представить себе столь высокий динамизм перерастания индустриальной экономики в постиндустриальную особенно в результате и после экономического кризиса 70–80-х годов. Последняя четверть прошлого века отмечена огромным расширением спектра услуг населению и особенно производству, стремительным технологическим прогрессом и распространением технологий, опирающихся на комбинирование вещных и невещных элементов производства в единых процессах, а также масштабной интеграцией многих услуг в систему мирохозяйственных связей. Услуги и нематериальные формы общественного богатства вносят ныне решающий вклад в повышение национальной конкурентоспособности.

Сложная система внутренних преобразований в рассматриваемой сфере стимулировала, таким образом, как общественный спрос на услуги, так и возможности его удовлетворения, все более перераставшие национальные границы. В результате не только увеличивались объемы и усложнялась структура внешней торговли, но менялся и сам ее характер. Если раньше потоки услуг преимущественно опосредовали реализацию товарной массы, то ныне, не утратив этой функции, услуги все более выступают в самостоятельной роли, в качестве объектов международной торговли. В мировой оборот включаются, таким образом, растущие объемы нематериальной продукции, существенно дополняющие товарные потоки и взаимодействующие с ними.

Уровень глобализации услуг часто оценивают данными, характеризующими трансграничную торговлю. И хотя рост ее объемов впечатляет – экспорт только за 1990–2000 г. возрос с 755 млрд. долл. до 1400 млрд. долл. – доля услуг в общей стоимости экспорта товаров и услуг на протяжении двух десятилетий, как отмечалось выше, остается довольно стабильной, составляя с колебаниями примерно 20 %[[8]](#footnote-8). Этот показатель не дает, однако, точного представления о параметрах исследуемого процесса и нуждается в корректировке в соответствии с рядом обстоятельств. Следует учитывать, что в реальном выражении объемы экспорта более высоки вследствие относительного, в сравнении с товарами, удешевления целого ряда услуг, прежде всего телекоммуникационных, транспортных и, особенно, информационных и компьютерных. Корректировка стоимостных объемов торговли на динамику цен, однако, практически невозможна из-за отсутствия индексов цен на услуги во внешнеторговом обороте. Общепризнана также явная недооценка объемов и динамики трансграничной торговли услугами из-за недостаточного учета растущих потоков услуг, реализуемых в едином пакете с товарами, а также динамики трансграничной торговли услугами из-за недостаточного учета растущих потоков услуг, реализуемых в едином пакете с товарами, а также между ТНК и их зарубежными филиалами.

Адекватное представление о масштабах и динамике глобализации услуг можно было бы получить, дополнив более точные показатели трансграничной торговли рядом других индикаторов, поскольку этот процесс, особенно в последние годы, намного интенсивнее развивается в других формах. Трансграничную торговлю все весомее дополняет экспорт капитала, прямые иностранные инвестиции. Сталкиваясь с немалыми защитными преградами в трансграничной торговле услугами и стремясь их обойти, иностранные производители учреждают коммерческое присутствие на территории других стран, обращая к тому же в свою пользу близость к потребителю и другие преимущества непосредственного присутствия на зарубежном рынке для расширения сбыта. Доля услуг в общей величине иностранных прямых инвестиций за 1988–1999 гг. в целом выросла с 35 до 56 %; в развитых странах этот показатель еще выше. В настоящее время поставки услуг инофирмами на внутреннем рынке других стран приближаются к стоимости импорта услуг, а поставки, услуг фирмами США за рубежом превышают объемы американского экспорта услуг в эти страны[[9]](#footnote-9). Открытие рынков услуг в условиях острейшей конкуренции на товарных рынках сопровождается, таким образом, значительным переливом капитала и его растущей концентрацией в услугах, а прямые инвестиции становятся все более предпочтительной в современных условиях формой глобализации рынков услуг.

Непрерывно и чрезвычайно быстро нарастают в последние годы масштабы межстранового перемещения потребителей и поставщиков услуг. Растет численность потребителей, направляющихся в страну оказания услуги. Прежде всего это – туристы, и туризм, несмотря на включение в международный оборот широкого круга новых услуг, остается устойчиво крупной статьей внешней торговли, составляя в большинстве стран 35–40 % и более общей величины экспорта услуг. В 1999 г. выручка от иностранного туризма составила в США около 90 млрд. долл., Испании – 32 млрд. долл., Франции – 31 млрд. долл., Италии – 27 млрд. долл. Кроме того постоянно увеличивается число участников деловых поездок, а также поездок по приглашениям (на срок до одного года, что по международным нормам классифицируется, как экспорт услуг). Особенно высокими темпами растет численность учащихся-иностранцев на практически сформировавшемся мировом рынке образовательных услуг, а также потребителей услуг сферы здравоохранения. Распространение новых способов телекоммуникационного общения (телеконференции, электронная почта, виртуальное образование и т. п.), казалось бы, должно ограничивать миграцию потребителей, но фактически этого не происходит, и международное движение потребителей услуг нарастает по всем каналам.

Все более активными участниками непрерывно нарастающего миграционного процесса становятся и производители услуг. За счет иностранцев физических лиц на некоторых рынках и во многих странах удовлетворяется немалая часть общего спроса на рабочую силу. В развитых странах предприниматели в массовом порядке привлекают на временную работу иностранных программистов, менеджеров, консультантов, научных работников, преподавателей, медиков, а также неквалифицированных работников разных специальностей. В Калифорнии, например, за 1995–1998 гг. 29 % новых фирм созданы профессионалами из Индии и Китая. При этом отчетливо прослеживается поляризация быстрорастущих потоков иммигрантов в развитом мире: профессионалы оседают в высокотехнологичных услугах, работники низкой квалификации выполняют повсюду непрестижные операции. Среди последних особенно сильно распространена нелегальная миграция и подпольное использование работников – нелегалов. Процесс глобализации услуг опирается, таким образом, на возросшую мобильность традиционных ресурсов – капитала и рабочей силы.

В общих оценках динамики глобализации явно слабо учитывается и такой ее канал, как практика так называемых "невидимых" сделок – межстрановых кооперационных соглашений фирм, их разного рода альянсов и партнерств, реализации совместных производственных, рыночных и научно-исследовательских проектов и программ. Этот быстро прогрессирующий род обмена нематериальными ценностями статистически обычно не регистрируется, но играет все более заметную роль в распространении в международном масштабе научного знания, новых технологий, маркетингового, организационно-управленческого и производственного опыта.

Рассчитать какие-либо обобщающие показатели уровня и динамики глобализации сферы услуг практически невозможно из-за разнообразия и чрезвычайной структурной разнородности ее каналов, значительных страновых различий в концептуальных подходах, классификации и практике учета и статистики, а также сложности проблемы измерения и мониторинга трансграничного движения нематериальных благ. Но общий вывод о нарастающей динамике этого процесса и более высоких, в сравнении с материальным производством, темпах представляется бесспорным.

Если попытаться дать общую характеристику процесса глобализации услуг, то обращают на себя внимание следующие основные моменты.

Интеграция рассматриваемых отраслей в систему мирохозяйственных связей находится на разных стадиях, а ее общая картина отличается крайней пестротой. Одни услуги, такие как транспорт, связь, образующие несущий каркас глобализации, эволюционируют вместе с общим процессом и во многом, как уже отмечалось, определяют главные параметры его движения. Крупная группа других услуг, опираясь на современные технологические и институциональные сдвиги, динамично пройдя начальные ступени, стремительно увеличивает присутствие на глобальных рынках. Наиболее активно вписываются в мировое хозяйственное пространство высокотехнологичные наукоемкие услуги – финансовые, компьютерные, страхование, инженерно-строительные, аудиторско-консалтинговые и т п. Глубже в национальную почву уходят социально-культурные, бытовые, юридические, рекреационные услуги. В целом за 90-е годы группа "новичков" заметно потеснила на мировых рынках услуг их традиционные виды, транспорт и туризм, особенно значительно в группе развитых стран. (см. табл.2)

В структуре экспорта коммерческих услуг при росте абсолютных объемов сократились позиции транспорта, особенно в группе развитых стран. Несколько потеснили вновь пришедшие на рынки услуги и традиционную статью экспорта услуг – туризм, точнее поездки. Но следует подчеркнуть, что расходы на международный туризм всюду продолжают увеличиваться высокими темпами на основе роста доходов населения, снижения цен на услуги транспорта, в частности авиационного, на новые виды коммуникаций, повышения культурного уровня и свободного времени населения. В целом ряде стран международный туризм вырос в стратегический сектор хозяйства, служащий важным источником иностранной валюты, новых рабочих мест, эффективным средством сглаживания региональных дисбалансов и т.п. В последние годы список стран, традиционных экспортеров туристских услуг; весомо дополняется странами Юго-Восточной Азии, Австралией, Новой Зеландией и т. д.

Структура внешней торговли услугами в последние годы под воздействием технологических инноваций меняется и усложняется особенно интенсивно. С появлением Интернета нарастают объемы реализации многообразных финансовых услуг, а также услуг образования, медицины, медиа-бизнеса, культурно-развлекательного комплекса. В статистике эти сдвиги не находят, однако, адекватного отражения.

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Транспорт | | Поездки | | Прочие услуги услуги | |
| 1990 г. | 1999 г. | 1990 г. | 1999 г. | 1990 г. | 1999 г. |
| Страны с низким уровнем дохода | 25,2 | 22,4 | 38,0 | 35,0 | 36,8 | 42,7 |
| Страны со средним уровнем дохода | 29,0 | 23,1 | 43,3 | L44,8 | 27,7 | 32,1 |
| Страны с высоким уровнем дохода | 27,9 | 23,4 | 3,3 | 29,5 | 38,8 | 47,1 |
| Все страны | 28,0 | 23,4 | 34,8 | 32,2 | 37,3 | 44,4 |
| США | 28,2 | 19,1 | 37,6 | 34,4 | 34,1 | 46,5 |
| Великобритания | 25,5 | 18,5 | 29,3 | 22,8 | 45,2 | 46,5 |
| Франция | 24,5 | 24,2 | 30,6 | 38,0 | 44,9 | 37,8 |
| Германия | 28,6 | 25,2 | 27,9 | 21,1 | 43,5 | 53,7 |
| Италия | 21,0 | 16,0 | 33,9 | 44,7 | 45,2 | 39,3 |
| Япония | 42,9 | 38,0 | 8,7 | 5,7 | 48,4 | 56,3 |
| Россия | … | 33,3 | … | 41,1 | … | 25,6 |

Глобальный рынок услуг в целом повторяет путь, пройденный рынком товаров, и развивается в соответствии с теми же основными закономерностями, но специфика услуг накладывает на его эволюцию заметный отпечаток. Деятельность бизнеса за рубежом также нацелена на расширение рынков, рост прибыльности, удовлетворение спроса постоянных клиентов. Но примечателен выход на первые позиции в системе целеполагания таких стимулов, как получение нового знания, повышение профессионального уровня работников. Это – свидетельство усиления зависимости деятельности фирм от накопления интеллектуального и человеческого капитала, как возрастающего в своем значении фактора развития и конкурентоспособности. Для рынка услуг характерно и сохранение более высоких входных барьеров и ограничений в хозяйственной деятельности, часто диктуемых необходимостью защиты потребителей от монополизма, обмана, мошенничества производителей, а также соблюдения прав личности. Сильнее в ряде случаев звучат мотивы национальной безопасности, сохранения национальной и культурной идентичности. Диапазон мер, предназначенных оградить внутренние рынки услуг, довольно широк. Во многих странах они защищаются системой лицензирования, сертификации, аккредитации, подтверждения квалификационного статуса производителей, ограничениями на въезд рабочей силы. Более строго в отличие от товарных рынков контролируются в услугах иностранные инвестиции: часто лимитируется участие иностранцев на внутреннем рынке и в уставном капитале совместных предприятий, действуют особые правила репатриации прибыли, а также ограничения по срокам работы в данной отрасли или стране, по участию в органах управления совместных компаний и др.

Регулятивный ландшафт глобального рынка услуг вообще отличается сравнительной сложностью вследствие более высокой степени государственного участия или регулирования в инфраструктурных отраслях, наличия множества частных, государственных и некоммерческих поставщиков услуг, их разного рода партнерств, часто встречающихся монопольных ситуаций, односторонних мер либерализации ряда государственных монополий, например, в области коммуникаций. Показательна в этом отношении ситуация в ЕЭС, где на общем рынке услуг возведено множество перегородок, и в отличие от товарных рынков он очень далек от полной либерализации. Общеевропейские правила и стандарты, хотя постепенно и вводятся в действие, выполняются, по свидетельству экспертов, далеко не всегда и не всеми участниками рынка. Соответственно участникам ГАТС предстоит решать труднейшие задачи по выработке и реализации общих правил игры на столь разнородных рынках и их либерализации. Не случайно снижение барьеров в торговле услугами отнесено к приоритетным целям ВТО.

С возрастанием численности агентов рынка и масштабов операций усиливается конкуренция, но по ее интенсивности рассматриваемый сектор заметно уступает товарным рынкам вследствие, как уже отмечалось, традиционно более жестких регулятивных ограничений на национальном уровне и сравнительно более высоких барьеров на пути иностранного капитала. В отличие от рынков товаров на рынках услуг особенно развиты неценовые формы конкуренции, и решающее значение в реализации многих услуг имеют преимущества по качеству и научно-техническому уровню. Здесь сильно влияние таких характеристик, как степень дифференциации услуг и комбинирование нескольких их видов в едином «пакете», индивидуализация и комфортные условия сервиса, возможность для потребителя выбора и услуги, и производителя, предоставление услуг в одном месте, в удобное для потребителя время и т.д.

Более сильные акценты на рынках услуг на неценовые формы конкуренции отнюдь не умаляют роль ценовых ориентиров: высокотрудоемкий характер большинства услуг и долговременная тенденция к их удорожанию вследст-вии: непрерывного повышения стоимости и цены рабочей силы заставляют торговых контрагентов постоянно учитывать стоимостные параметры продукта. Пропорции ценовой и неценовой конкуренции не фиксированы, в крайне изменчивой рыночной среде они непрерывно варьируют в широком диапазоне и на отдельных ее сегментах, и во времени, заставляя производителей постоянно искать оптимальные в каждый данный момент сочетания цен, качества и других параметров. Все более тесное переплетение новых торговых подходов и механизмов с традиционными поднимает конкурентную борьбу на рынках услуг на более высокую ступень, усложняет формы и инструментарий. Одновременно еще более возрастает вообще свойственная многим услугам неустойчивость конкурентных позиций производителей: более свободный доступ на рынки новых фирм означает для других повышение рисков быть вытесненными с занимаемых позиций.

Своеобразна рыночная структура в услугах. Глобализация здесь, как и на рынках товаров, проявляется в массированной рыночной экспансии транснациональных корпораций. Показательно в этом отношении изменение состава крупнейших ТНК мира, в начало списка которых решительно продвигаются ТНК отраслей услуг, оттесняя и выталкивая бывших лидеров – промышленных гигантов. Общая диспозиция ТНК меняется в пользу услуг очень быстро: в составе первой двадцатки ныне представлены компьютерные и телекоммуникационные компании, а также коммерческие банки, вслед за ними фигурируют крупные фирмы розничной торговли, туризма, гостиничного сектора, аудиторско-консультационного бизнеса, рекламы. Во всем мире ныне хорошо известны фирменные знаки не только "Майкрософт", "Интел", "ИБМ", "Бритиш телеком" и других, но и "Мак Дональде", "Хилтон", "Мэриотт", "Вэл Марте", "Каррефур", "Метро АГ", "Большой пятерки" аудиторско-консалтинговых фирм и др.

Специфика спроса и производства определяет сохранение в то же время на рынках услуг значительного слоя мелкого предпринимательства, причем характерно, что новые технологии во многих случаях усиливают его жизнеспособность, повышают устойчивость. Эта зависимость особенно рельефно выражена в деловых и профессиональных услугах, где позиции мелкого предпринимательства особенно сильны. Примечательно, что информационные технологии во многом способствуют оживлению мельчайших форм предпринимательства, часто представленных специалистами, работающими без наемных работников и даже в домашних условиях. В США за последние 20 лет общее число "работающих на себя" ("self-employed") во всех отраслях увеличилось на 17 %, а занятых индивидуальным трудом в финансовых и других услугах – в 1,5 раза[[10]](#footnote-10). Устойчивости мелкого бизнеса благоприятствует создание целой отрасли венчурного капитала, а также организация государством сети консультационных служб различного профиля, предназначенных облегчить вхождение на рынок, рыночную адаптацию мелких фирм, решение множества проблем по организации дела, финансированию и ряда других. Масштабы мелкого бизнеса на глобальном рынке услуг растут и за счет аутсорсинга. Общая тенденция к деконцентрации захватила и ТНК: их вспомогательные подразделения также "отпочковываются" от родительской компании и действуют как самостоятельные специализированные, обычно мелкие фирмы.

Позиции мелкого предпринимательства на рынках услуг сильно укрепляются с появлением Интернета. Большинство (75–80%) сайтов в электронной торговле в первые годы было создано мелкими предпринимателями: доступ во Всемирную сеть свободный, а образовать бизнес в виртуальном пространстве намного дешевле, чем в реальной экономике. В Интернете мелкий бизнес пользуется многими преимуществами крупного, в иных условиях для него недоступными: к его услугам тот же круг информации, упрощенная процедура выхода на внешний рынок, электронная система обмена информацией и т. д.

Присутствие на глобальных рынках услуг довольно значительной прослойки среднего и мелкого бизнеса противодействует тенденции к их монополизации в ходе очередных мощных волн слияний и поглощений ТНК. Глобальная рыночная среда становится тем самым более конкурентной, а действующие в ее рамках структуры – более гибкими, мобильными, восприимчивыми к инновациям и воздействиям со стороны спроса. И в перспективе, по всей вероятности, можно ожидать сохранения определенного баланса этих главных составляющих рыночной структуры с небольшими колебаниями в зависимости от преобладания технологий того или иного типа и других факторов. Технологии, которым свойственна экономия на масштабах, будут стимулировать укрупнение структур, а технологии, приводящие к экономии на разнообразии, наряду с растущим неприятием потребителями единообразных стандартных услуг и с тенденцией индивидуализации спроса будут в большей степени благоприятствовать деятельности мелких форм производства, поддерживая их на плаву.

Сохранению этого баланса способствует в настоящее время и, по-видимому, будет содействовать и в перспективе распространение на мировых рынках услуг отработанных в национальном формате эффективных моделей сотрудничества крупных и мелких фирм. Так, ТНК сферы услуг успешно осваивают рынки других стран, используя контрактные отношения типа "франчайз": привлекают местных мелких собственников к работе под их "зонтиком", с их торговым знаком и по фирменной бизнес-модели. Стратегические партнерства такого рода сыграли и играют решающую роль в экспансии на мировых рынках таких компаний, как "Мак Дональде", "Пицца хат", "Хилтон", сетевых объединений розничной торговли, кинопроката, бензоколонок и многих других. Другая сторона этого процесса – повышение устойчивости мелких форм предпринимательства, ускорение их интеграции в мировой рынок.

Во внешней торговле услугами отчетливо выражено лидерство США. Американские экспортеры превосходят соперников прежде всего в технологически продвинутых отраслях и в значительной степени определяют объемные, структурные и качественные параметры многих глобальных рынков. Доля США в мировом экспорте услуг составляет 20 % ( в мировом экспорте товаров – 13 %). Эта страна идет впереди других стран и по доле услуг в общем объеме ее экспорта (см. табл. 1). Внешнеторговый оборот США представлен широчайшим спектром услуг. В 1999 г., например, от экспорта деловых и профессиональных услуг страна получила (в млрд. долл.) 41,6, услуг авиатранспорта -24,5, финансовых – 14, образовательных – 10, аудиовизуальных – 5,0, связи – 4,7, компьютерных и информационных – 4,0[[11]](#footnote-11).

Лидерство США на глобальных рынках услуг основывается на высоком уровне развития этой сферы, крупном по размерам, дифференцированном и либеральном внутреннем рынке и на неоспоримом первенстве в сфере ИКТ. Показательно, что на долю США приходится 3/4 коммерческих сделок и адресов в Интернете, а Массачузеттский технологический институт и Стенфордский университет владеют большим количеством адресов, чем страны среднего уровня развития. Сильно оторвались США от соперников и по степе ни развития деловых, профессиональных, финансовых услуг, научных исследований, услуг образования и т.д. Конкурентные преимущества США четко отражены в неизменно высоких показателях положительного сальдо баланса торговли услугами, тогда как в Германии и Японии импорт услуг систематически и значительно превышает экспорт. Только Великобритания может соперничать с США по некоторым параметрам глобализации услуг. Это – результат взятого ею в 70-е годы курса на реструктуризацию экономики, развитие отраслей услуг и их экспорта. В результате реконструкции старые промышленные города стали центрами высоких технологий, а Лондон – финансовой столицей мира, сосредоточившей 70 % мировой торговли международными облигациями, 32 % оборота мировых валютных рынков, примерно половину мировой торговли акциями иностранных компаний. Сравнительные данные о внешней торговле услугами могут, по-видимому, служить достаточно репрезентативными индикаторами соотношений конкурентоспособности в группе ведущих стран мира.

Отличительная особенность мирового рынка услуг, как и товаров, заключается в высокой степени концентрации торговых потоков в рамках развитых стран, причем на рынках услуг этот показатель выше, чем на товарных рынках: в 1998 г. в развитые страны направлялось 79 % общего экспорта услуг и 75 % экспорта товаров. Хотя в тенденции этот показатель сокращается – в 1980 г, в услугах он достигал 84 %, это – свидетельство крупной асимметрии самого процесса глобализации, концентрации "продвинутой" продукции в небольшой горстке стран, острого дисбаланса в ее потреблении народами мира. Вместе с тем именно рывок в глобализации услуг в последние десятилетия внушает надежду на изменение этого положения: периферийные потребители получают доступ к технологическим инновациям, нематериальным ценностям надежду на изменение этого положения: периферийные потребители получают доступ к технологическим инновациям, нематериальным ценностям, услугам сфер науки, образования, здравоохранения, культуры, и используя эти возможности, могут добиться успехов. Проблема заключается в ограниченности финансовых, технических и образовательных ресурсов в слаборазвитых странах для приобщения к прогрессу. Действительно, в 2000 г. число посещений Интернета в расчете на 10 000 тыс. населения в развитых странах составило 603,1, в развивающихся – 4,2, а парк персональных компьютеров – соответственно 3457 и 166. К концу этого года к услугам Интернета в Северной Америке обращалось более 1/4 населения, в Латинской Америке – менее 5 %*,* в Азии – 2,5 %, в Африке – менее 0,5 %[[12]](#footnote-12). Мировая общественность ищет способы решения этого противоречия, чреватого серьезными социальными последствиями. Один из возможных – предоставление развитыми странами и международными организациями финансовой помощи населению развивающихся стран для приобретения технических средств и услуг высокого стандарта, предлагаемых мировым рынком.

Как компонент общего процесса, глобализация услуг вызывает широкую научную и общественную дискуссию относительно ее хода и последствий. Доводы ее сторонников обычно те же, что и защитников глобализации товарных рынков: оптимизация аллокации ресурсов в масштабах планеты, повышение эффективности их использования; расширение под воздействием конкуренции набора услуг и возможностей потребительского выбора, снижение цен и улучшение качественных характеристик. Кроме того в результате обмена нематериальными ценностями растут масштабы и ускоряется динамика международной диффузии научного знания, передовых технологий, производственного опыта, эффективных организационно-управленческих моделей. Присутствие довольно широкой прослойки мелкого и среднего бизнеса сдерживает давление монополий в мировом хозяйственном пространстве, усиливает конкурентные начала к выгоде потребителей. Не применимы к услугам и такие негативные проявления глобализации товарных рынков, как перенос за рубеж "грязных" производств, их разрушительное воздействие на природную среду и т.п. Немалый вклад вносит международный обмен услугами в гуманитарный прогресс: с улучшением условий доступа потребителей к высококачественным услугам сфер образования, здравоохранения, культуры и проведения досуга повышается качество жизни, идет взаимообогащение культур народов. Но хорошо известны и минусы глобализации услуг. Это прежде всего бесконтрольное движение вторичных финансовых потоков, спекулятивное раздувание операций на мировых рынках финансовых услуг, приводящие к кризисным потрясениям с крупным ущербом для населения, а также быстрый перенос кризисных явлений и других хозяйственных аномалий из одних стран в другие и т. д.

В ряду нежелательных последствий глобализации услуг – угроза вестер-низации, американизации образа жизни, навязывания населению чуждых жизненных стандартов и стереотипов поведения, а также загрязнение Интернета асоциальным содержанием при очевидном запаздывании в разработке и применении принципов, законов и норм его регулирования. Углубляется, как уже отмечалось, разрыв между "золотым миллиардом" и остальным населением планеты в потреблении нематериальной продукции, грозящий глобальным же и разрушительным противостоянием сил, выигрывающих от нее и остающихся в проигрыше. Но несмотря на активизацию антиглобалистов, в мировом сообществе растет восприятие глобализации, как объективного процесса непрерывного поступательного движения производительных сил, перерастающих национальные рамки, остановить который невозможно. Соответственно на первый план в мировой политике и экономике выдвигается непростая задача максимизации в масштабах планеты выгод глобализации и сведения к минимуму негативных проявлений и воздействий.

Стратегический курс России на интеграцию в мировую экономику предполагает выход российских услуг на мировые рынки. Однако, исходные позиции для этого шага весьма неблагоприятны из-за слабого развития этой сферы. На долю услуг в начале 21 века приходится примерно 55 % ВВП и численности занятых в стране против 60–75 % в западных странах при несравнимо меньших объемах производства. Приемлемому уровню конкурентоспособности соответствуют лишь два-три вида российских услуг (услуги космических запусков, разработка программного обеспечения). За годы реформ в рассматриваемой сфере произошел ряд позитивных изменений, тем не менее серьезное отставание от Запада по ключевым параметрам сохраняется: примитивна отраслевая структура, сформированная в расчете на ограниченные потребности плановой экономики, неудовлетворительны технологический уровень и качество многих услуг, низка культура обслуживания и деловых контактов и т.д. Несопоставимы с западными странами объемы внешней торговли услугами: в 1999 г., например, экспорт российских услуг составил 9 млрд. долл. тогда как в США – 259 млрд. долл., в Великобритании, Франции, Германии – 80–100 млрд. долл.; США только услуг образования экспортируют более, чем на 10 млрд. долл. Внешняя торговля услугами в стране неизменно сводится с отрицательным сальдо, что снижает эффект положительного итога в торговле товарами. Неблагоприятна и структура импорта, где преобладают туристские услуги при низких объемах наукоинтенсивных услуг.

В этой ситуации возможны 2 основные модели интеграции российских услуг в глобальное хозяйственное пространство. Первая заключается в изоляции от мировых рынков или возведении высоких барьеров на пути иностранного капитала и импорта услуг, что позволило бы достигнуть высокого уровня развития при опоре на внутренние источники и уже затем выйти на мировые рынки. Второй состоит в максимальной ориентации на контакты с зарубежными производителями услуг, быстром развитии отраслей на основе заимствования извне финансовых ресурсов, передовых технологий, опыта организации и управления. Поскольку сколько-нибудь крупный приток собственных ресурсов в сферу услуг в обозримой перспективе маловероятен, первый вариант означает по существу консервацию ее отсталости с серьезными негативными, учитывая ее роль в современном хозяйственном развитии, последствиями для модернизации страны. При втором подходе создаются условия для получения финансовых и иных ресурсов извне, быстрого роста услуг, прежде всего деловых, профессиональных, финансовых, работающих на укрепление рыночных принципов хозяйствования, для подтягивания отраслей к уровню мировых стандартов. Особенно важно оживление конкуренции на внутренних рынках с приходом иностранного капитала, что в современный период является первостепенным условием конкурентоспособности как отраслей услуг, так и всего хозяйства на мировых рынках.

Реализация политики скорейшего подключения российских услуг к мировому рынку сопряжена с целым рядом неизбежных издержек, потребует определенных жертв, поскольку возможен наплыв на российские рынки мощных зарубежных конкурентов. Но эта политика способна принести реальные плоды и в сравнительно короткие сроки. При этом потери для общества в результате открытия рынков в услугах, будут, по всей видимости, меньшими, чем в материальной сфере, учитывая низкий уровень развития многих отраслей, наличие крупных и перспективных рынков, где найдется место и для собственных, и для зарубежных производителей, а также отсутствие в отраслях услуг длинных цепочек сопряженных производств, как например, в автомобильной, авиационной и других отраслях промышленности, которые были бы поставлены под удар в результате свертывания деятельности головных производителей.

Реальность и выгоды второго подхода убедительно иллюстрирует российская действительность. Две наиболее успешные и новые для России отрасли услуг – телекоммуникации и аудиторско-консультационный бизнес – быстро прогрессируют не в последнюю очередь благодаря довольно свободному доступу иностранного капитала, созданию совместных предприятий и научно-производственным и рыночным контактам российских производителей с иностранными партнерами. Расширение производства, освоение новых технологий, выход на рынок новых услуг осуществляются здесь на фоне острой конкурентной борьбы, временами, как например на рынках мобильной связи, на грани ценовых войн. Но в результате отрасли динамично развиваются, отечественный бизнес быстро прогрессирует, а потребители получают растущий спектр новых и высококачественных услуг при снижении цен. Показательна ситуация в аудиторских услугах, где российские компании активно осваивают рынок и все успешнее теснят транснациональных гигантов, входящих в "большую пятерку". Только за 1999–2001 гг. наши производители сумели увеличить рыночную долю с 20 до 40%[[13]](#footnote-13). Благоприятно стимулирующее воздействие внешнеэкономического фактора на розничную торговлю, гостиничный сектор и ряд других услуг.

Российская экономика, в том числе и сфера услуг, в пореформенный период развивается в соответствии со вторым подходом, хотя во многом стихийно. Эта направленность в целом соответствует интересам страны, мирохозяйственным тенденциям и должна быть продолжена. Но совершенно очевидна необходимость упорядочения и корректировки довольно либерального внешнеэкономического курса, прежде всего усиления регулятивного начала, обеспечения нормативно-правовой базы. Решению этих проблем способствовало бы вступление страны в ВТО, подключение отраслей услуг к ГАТС.

Выбор путей развития Россия делает в обстановке ожесточенных столкновений интересов и позиций участников хозяйственного процесса, при этом часто побеждают мощные лобби производителей, ратующих за ограждение внутреннего рынка. Голос потребителей звучит довольно слабо, хотя при втором варианте развития именно они получают наибольшие выгоды.

Главный дефект общественной и научной дискуссии по проблеме вступления страны в ВТО – чрезмерные, по нашему мнению, акценты на возможные негативные последствия этой акции и обоснования необходимости сильных защитных мер со стороны государства. Решение этой непростой проблемы лежит, на наш взгляд, не в создании тепличных условий для отечественного бизнеса, а главным образом в плоскости разработки и реализации системы мер на макро- и микроуровне по подготовке к вызовам глобализации экономики в целом и отраслей услуг в частности. Государство должно сосредоточиться на разработке и реализации системы общеэкономических мер по нейтрализации возможных негативных воздействий интеграции страны в мировую экономику и повышению конкурентоспособности отраслей и фирм. Это – программы повышения территориальной мобильности, профессиональной подготовки и переквалификации рабочей силы; обеспечение перехода хозяйства на международные стандарты учета и финансовой отчетности; антимонопольная деятельность и активизация конкурентных сил, оздоровление предпринимательского климата и банковской системы, увеличение бюджетного финансирования науки, образования и ряда других.

Для рассматриваемой сферы критически важно развитие мелкого и среднего бизнеса. В торговле и услугах России мелкие формы производства должны занять столь же крупные позиции, как и за рубежом, и также выступать в роли инициатора нововведений, структурных сдвигов, придавая услугам динамизм, организационную гибкость, индивидуализированный характер. Следует учитывать и роль этого предпринимательского слоя в решении проблем занятости, смягчении социальных конфликтов. Примечательно, что в зарубежных странах, несмотря на высокую долю мелкого бизнеса в экономике, мерам по его стимулированию отводится центральное место в государственной структурной и социальной политике, национальных программах повышения конкурентоспособности и т.п. Ив России, стимулируя развитие мелких фирм во всех отраслях, особое внимание следует уделять мелкому предпринимательству в отраслях услуг, особенно в сфере науки и наукоемких услуг, подкрепляя его деятельность соответствующей инфраструктурой – венчурным финансированием, различного рода консультационными службами и др. Настоятельно необходима и эффективная реализация разработанных государством мер по сни жению налоговой нагрузки, упорядочению практики доступа на рынки новых фирм, ликвидации неоправданно высоких и многочисленных бюрократических заслонов при получении лицензий, аккредитации, сертификации, питающих коррупцию, сопряженных с немалыми дополнительными издержками.

Но проблема интеграции российских отраслей услуг в мировую экономику решается, по нашему мнению, преимущественно на уровне фирм. Шанс достойно подключиться к ней у российских производителей несомненно имеется. Но для его реализации необходимы создание, мобилизация и грамотное использование конкурентных преимуществ. Главным образом они заключаются в характеристиках рабочей силы, определяющего ресурса для многих услуг -низкой стоимости, хорошем образовании и, как показывает опыт реформ, довольно высокой способности адаптироваться к требованиям новой хозяйственной среды. Российская практика свидетельствует о быстром повышении профессионализма работников; они все чаще достигают уровня зарубежных коллег или даже превосходят его (компьютерное программирование, аудит, управленческий и финансовый консалтинг и т. д.). Сильное конкурентное преимущество российских работников – доскональное знание отечественной хозяйственной специфики, тогда как их зарубежные конкуренты сталкиваются с многочисленными трудностями в применении к российским хозяйственным реалиям деловых схем, подходов и моделей, отработанных в западной практике.

**Заключение**

Конкурентные позиции фирм и национальной экономики напрямую зависят от эффективности использования ресурсов. Повышение ее низкого уровня в российской экономике должно быть в центре макро и микроэкономической политики. Первостепенная задача – интенсификация использования трудовых ресурсов, поскольку из-за низкого уровня производительности труда потенциал конкурентоспособности, заключенный в дешевой рабочей силе, превращается в иллюзию. Крупные резервы повышения эффективности на микроуровне содержатся в максимальной активизации нетехнических факторов и прежде всего в совершенствовании организационно-управленческой деятельности, особенно методов управления трудовыми ресурсами. Низкие нормативы выработки, показатели организации и культуры труда и качества обслуживания – наиболее уязвимые с точки зрения конкурентоспособности стороны российских услуг.

Ускорение развития отраслей услуг, повышение технологического уровня и качественных показателей возможно также за счет всемерного расширения контактов отечественных производителей с зарубежными по линии внешней торговли, иностранных инвестиций, корпоративных и иных связей в целях заимствования передовых технологий, опыта организации и управления, культуры деловых отношений. Это помогло бы ускорить развитие отраслей услуг и тем самым устранить или смягчить структурный дисбаланс и технологическое отставание, тормозящие модернизацию экономики страны.

Концентрация на внутренних мерах по подготовке к вступлению в ВТО отнюдь не означает безоговорочное принятие всех требований стран-контрагентов по открытию российских рынков услуг и устранению других барьеров. Исходя из обстоятельного изучения конкурентных позиций каждой из отраслей услуг и учитывая интересы потребителей, бизнеса и прежде всего общества в целом, государство должно максимально полно и точно взвесить все плюсы и минусы присоединения к ГАТС, а также определить целесообразность применения ряда мер по постепенному и частичному открытию тех или иных рынков в течение переходного периода, определенного в договорном порядке, что, кстати, допускается правилами Генерального соглашения.

Должная подготовка к присоединению к ГАТС позволит России, как и многим другим странам, эффективно использовать преимущества участия в глобальной экономике.

**Литература**

1. О естественных монополиях: Закон Республики Беларусь // Нац. экон. газ. – 2003. – № 17.

2. Национальная экономическая газета. – 2004. – № 76. – С. 6.

3. Ракова, Е. Энергетический разряд монополии // Нац. экон. газ. – 2004. – № 50. – С. 19.

4. Томпсон, У. Реструктуризация электроэнергетики: к реальной конкуренции или потемкинской либерализации // Вопросы экономики. – 2005. – № 11. – С.39.

5. Национальная экономическая газета. – 2004. – № 50. – С.19.

6. Белоусова, Н.И., Васильева, Е.М., Лившиц, В.Н. Реформирование естественных монополий в России: теоретический аспект // ЭКО. – 1999. – № 4. – С. 95–96.

7. Уильямсон, О. Экономические институты капитализма. – СПб.: Лениздат, 1996. – С. 517.

8. Гильфердинг, Р. Финансовый капитал. Исследование новейшей фазы развития капитализма. М., 1959. – С. 248.

9. Клейн, Н. Антимонопольное законодательство и законодательство о естественных монополиях // Право и экономика. – 1998. – № 1. – С. 46.

10. Городецкий, А., Павленко, Ю. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. – 2000. – № 1. – С. 145.

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. [↑](#footnote-ref-5)
6. [↑](#footnote-ref-6)
7. [↑](#footnote-ref-7)
8. [↑](#footnote-ref-8)
9. [↑](#footnote-ref-9)
10. [↑](#footnote-ref-10)
11. «OECD Statistics on International Trade in Services. 2001 Edition ".Paris 2001. P. 385–387. [↑](#footnote-ref-11)
12. [↑](#footnote-ref-12)
13. [↑](#footnote-ref-13)