

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ

© 2005 А. В. Уколов

Российская академия государственной службы при Президенте РФ, г. Москва

Проанализированы факторы глобализации, которые оказывают доминирующее влияние на развитие сферы услуг: геополитические факторы, психологические факторы, трудовые факторы, телекоммуникационные факторы, структурные факторы, факторы концентрации развитых услуг, факторы эффективности. Определен ряд долговременных стимулов развития сферы услуг, ведущих к устойчивости динамики роста мировой торговли услугами. Оценивается необходимость существования специальных организаций и особых механизмов регулирования процессов воздействия глобализации на национальные и международные рынки.

Глобализация сферы услуг - это процесс, ориентированный на создание и развитие единого мирового рынка услуг. По своей природе глобализация является многосторонним явлением, имеющим не только экономический, но также идеологический, геополитический и социальный характер. Особенность капиталистической глобализации состоит в том, что под контроль наднационального капитала попадают не только природные ресурсы и финансы государств, но также культура и услуги вместе с инфраструктурой, персоналом и национальной философией его деятельности. Создание и развитие единого мирового рынка услуг поддерживается национальными правительствами экономически развитых государств, построивших информационные общества, ставшие доминирующим конкурентным преимуществом, позволяющим извлекать наибольшую выгоду из глобализации.

Нерегулируемая глобализация постепенно приводит к ослаблению и устранению различий в социальном и культурном устройстве государств и ориентации их на моносистему в рамках концепции однополюсного мира. В сфере услуг, где в связи с глобализацией территориальность перестает быть единственным организующим принципом социальной и культурной жизни населения, услуги, базирующиеся на информационных системах, освобождаются от локальных привязок и свободно пересекают пространственные границы, нередко неся на себе «социально-культурные вирусы», разрушающие жизненные уклады и культурные устои народов.

Народ должен быть готов к снятию территориальных ограничений, к новой открытости. Самым мощным средством индивидуальной защиты народа является его собственная культура, национальные традиции и вера, которые должны сохраняться. Государство должно создавать условия, поддерживающие, защищающие и обогащающие культуру собственного народа.

Для реализации идеологической и политической составляющих капиталистической глобализации обычно используется сфера информационных услуг, услуги театров и других зрелищных учреждений культуры для распространения по всей планете либеральных «ценностей» англосаксонского и, прежде всего, североамериканского образца с целью американизации обществ другой культуры. Делается это и через рекламу товаров, произведенных в этих странах, путем формирования новых ожиданий людей, через воздействие на их сознание, для изменения национальных традиций, вкусов и привычек. При этом в средствах массовой информации многих стран мира стремление «быть американцем» является положительной ценностью, а традиционное поведение и национальные модели развития сферы услуг оцениваются отрицательно.

Экономическая глобализация является порождением транснационального бизнеса, банков и корпораций, в деятельности которых преобладали международные финансовые и информационные потоки, использовался принцип размещения производств и ликвидного имущества за рубежом. В позитив-

ном плане это способствовало развитию инфраструктуры, обслуживающей процессы глобальной деловой активности участников данных процессов, и привело к использованию телекоммуникационных сетей нового поколения для обмена информацией, осуществления расчетов, платежей и общепланетарного общения за счет быстрого распространения английского языка; экономической интеграции; сближения финансовых систем; технического, экономического, гуманитарного образования и серьезным образом затронуло факторы развития и функционирование сферы услуг.

Существует группа факторов глобализации, которая оказывает доминирующее влияние на развитие сферы услуг:

1. *Геополитический фактор.* Глобализация ведет к ослаблению и снятию географических, территориальных ограничений и распространению глобального сознания. Территориальность перестает быть исключительным принципом организации сферы услуг. Она дополнилась стремительно растущим сектором услуг, оказываемых не локально, вне связи с конкретным местом проживания или работы потребителя. Это прежде всего относится к услугам, связанным с предоставлением или перемещением информации, которые приобрели глобальный характер. Услуги стали деятельностью, посредством которой проводится экономическая политика в международных масштабах, при экспорте рабочей силы, выступающей носителем интеллектуального потенциала и источника доходов и инструментом решения геополитических проблем.

2. *Психологический фактор.* Процессы глобализации оказывают воздействие на психологию людей. Преобразование национальных рынков услуг сопровождается изменениями в поведении людей по отношению к моде, новым услугам, идущим вразрез с национальными, религиозными и прочими особенностями менталитета. Формируются новые ожидания и связанная с ними ментальность. Глобализация привела к появлению группы потребителей, ожидающих в каждой точке земного шара встретить один и тот же достаточно высокий уровень сервиса. Фор-

мирование данной психологии привело к трансформации рынков гостиничного, ресторанного и транспортного бизнеса, которая выразилась в создании сетей отелей и ресторанов с гарантированным качеством обслуживания вне зависимости от местонахождения, в появлении сети аренды автомобилей и прочих видов услуг, прежде всего бытового характера, а также сопутствующих услуг для туристов и деловых людей.

3. *Трудовой фактор.* В развитых странах отчетливо формируется тенденция к выводу рабочих мест в сферу услуг государств с дешевой рабочей силой, имеющих большую емкость рынка торговли, гостиничного хозяйства, туризма, игрового бизнеса и пр. Политика вывода рабочих мест за границу поддерживается налоговыми льготами для компаний, которые переносят рабочие места за пределы своих государств. Перенос рабочих мест в другие страны экономически выгоден экспортерам. Затрат на услуги меньше, а прибыль больше. Однако перенос рабочих мест за рубеж имеет и негативные последствия как для одной, так и для другой сторон, участвующих в данном процессе. Экономика страны, которая активно выносит рабочие места за рубеж, растет быстро, а новые рабочие места в ней создаются медленно. В результате безработица внутри страны сокращается низкими темпами.

4. *Телекоммуникационный фактор.* В современном мире осуществлен колоссальный прорыв в области коммуникационных технологий. Для того, чтобы завоевать свою первую 50-миллионную аудиторию, радио понадобилось более 38 лет, телевидению - 13, Интернету - всего четыре года. Если в 1995 г. среди его пользователей насчитывалось 18 млн. чел., в 1998 - 143, в 2001 - более 700 млн., то в настоящее время их число составляет 1 млрд. чел. В 1993 г. в "глобальной паутине" располагалось всего каких-нибудь 200 Web-сайтов, а уже к концу 2000-го - более 20 млн. Пока что 80 % всех пользователей - это ведущие страны мира - ОЭСР (Западная Европа, США, Япония + некоторые страны ЮВА). Однако и в "третьем мире" сегодняшний рост Интернета составляет около 100 % в год. Количество пользователей в

странах Восточной Европы и СНГ от общего числа населения составляет более 4 %, что соответствует третьему месту в мире по регионам (США – 54 %, остальные страны ОЭСР – 28 %), то есть обгоняя, например, страны Латинской Америки и АТР.

Развитие телекоммуникационных технологий и глобализационных процессов привело к возникновению возможностей предложения новых видов услуг. Появился и спрос на новые виды услуг, в ответ на который возникло соответствующее предложение со стороны как компаний телекоммуникационной отрасли, так и предприятий традиционной сферы услуг. Развитие глобальной сети Интернет способствовало тому, что персональный компьютер стал заменять потребителю непосредственный контакт с субъектом оказания услуги. Через сеть Интернет можно, например, сделать перевод текста, получить сертификат о том или ином образовании, оплатить счета, заказать обед на дом, сделать покупку, в соответствии с которой приобретенный товар придет по почте или курьерской доставкой. Возможно также получить минимальную медицинскую или юридическую консультацию.

При этом технология и характер услуги как процесса непосредственного удовлетворения потребности изменяется, поскольку в качестве посредника выступает не человек, а телекоммуникационная сеть, включающая в себя компьютерные системы потребителя и производителя услуги, промежуточные сервера, осуществляющие хранение, фильтрацию, обработку информации, а также сами устройства передачи информации.

В результате возникают более широкие возможности для:

а) стандартизации общения и получения первичного запроса клиента посредством стандартизации интерфейса соответствующего сайта, формы запроса, почтовой рассылки или генератора писем;

б) адаптации интерфейса в соответствии с культурными требованиями стран проживания клиентов: даже если соответствующий специалист-консультант или преподаватель не владеет китайским языком и стереотипами поведения (стандартами веж-

ливости, особенностями дизайна, более легкими для восприятия потребителем способами представления информации и т. п.), то, взаимодействуя через соответствующую китайскую страницу (с адаптированным дизайном, подготовленной структурой письма и проч.), он выполняет требуемые национальной культурой стандарты и ожидания собеседника.

5. *Структурный фактор.* Влияние глобализации на сферу услуг привело также к разделению ее на два крупных сектора:

- сектор традиционных услуг локального характера: коммунально-бытовые, медицинские (касающиеся врачебного вмешательства) и транспортные (касающиеся сухопутных средств транспорта) услуги;

- сектор информационных услуг, не связанных к конкретному месту их оказания. Сюда входят банковские, телекоммуникационные, образовательные, консультационные услуги, услуги связи, а также частично медицинские (консультации) и транспортные (морской и воздушный виды) услуги. Благодаря телекоммуникационным средствам связи, все услуги, носящие характер предоставления или перемещения информации, «мгновенно» - в течение нескольких лет развития телекоммуникационных технологий - приобрели глобальный характер.

6. *Фактор концентрации развитых услуг.* В ведущих метрополиях мира сфера услуг отражает самый высокий уровень занятости, поскольку в данную сферу вкладываются значительные инвестиции. Благодаря этому, развитые услуги распространяются и размещаются по всему миру. С другой стороны, только в немногих центрах нескольких стран, построивших современные информационные общества, происходит пространственная концентрация услуг. Такими центрами становятся крупнейшие агломерации людей – современные мегаполисы, основным признаком которых перестает быть только его размер. Он дополняется степенью концентрации в нем услуг административной, муниципальной и производственной власти в рамках глобальной экономики. Благодаря этому, мегаполисы притягивают к себе целые страны и регионы.

Концентрация обуславливает географическую перегруппировку развитых услуг, особенно обслуживающих инновационную экономику – деятельность, осуществляемую на основе инновационных производительных сил и инновационных производственных отношений. В первую очередь это относится к банковским, финансовым, информационным, консалтинговым услугам. Вектор развития перемещается в современные мегаполисы, расширяющиеся путем нового строительства, а также объединяющие и поглощающие близлежащие города, куда и перемещаются глобальные потоки услуг.

7. *Фактор эффективности.* Глобализация оказывает позитивное влияние на рост производительности труда в сфере услуг, в первую очередь в связи с массовым внедрением информационных технологий во всех ее отраслях, особенно в торговле, здравоохранении и финансовой сфере. Снижаются и транзакционные издержки в процессе производства и реализации услуг. Глобализационные процессы стали влиять на конкурентную среду: в сфере услуг конкурируют не только национальные предприятия, но и зарубежные фирмы со своей корпоративной культурой и западной школой обслуживания клиентов.

Вместе с тем, следует иметь в виду, что не все виды услуг и формы обслуживания клиентов допускают глобализацию. Это относится к услугам, потребление которых определяется локальной культурой (обычаями, ценностями, традициями, нормами поведения).

Мировая торговля услугами так же широко развита, как и международная торговля товарами. Мировая торговля услугами имеет специфику, вытекающую из ключевых свойств услуги: неразделимость производства и потребления, неоднородность и изменчивость качества, неспособность услуг к хранению. Именно в силу неосвязаемости и невидимости большинства услуг торговлю ими иногда называют невидимым экспортом или импортом. Однако и в этом случае существует много исключений. Обычно услуги не имеют овеществленной формы, хотя ряд услуг приобретает ее в виде компьютерных программ на магнитных носителях, кинолент, различной документации.

В отличие от товаров услуги производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. В связи с этим требуется присутствие за рубежом непосредственных производителей услуг или иностранных потребителей в стране производства услуг. В отличие от операций с товарами они не подлежат таможенному контролю.

Не все виды услуг в отличие от товаров пригодны для широкого вовлечения в международный оборот, например, коммунальные услуги.

Все многообразие услуг, реализуемых в сфере мировой торговли, можно представить в виде нескольких крупных, функционально более или менее однородных групп: 1. Транспорт: пассажирский (международная перевозка пассажиров всеми видами транспорта и оказание сопутствующих услуг); грузовой (международная перевозка грузов). 2. Поездки: деловые (товары и услуги, приобретаемые нерезидентами, путешествующими по делу, командировки); личные (например, туризм). 3. Связь (услуги почтовой, курьерской, телефонной и иной связи между резидентами и нерезидентами). 4. Строительство. 5. Страхование. 6. Финансовые услуги. 7. Компьютерные и информационные услуги (например, консультации в области компьютерных программ, обслуживание компьютеров и т. д.). 8. Роялти и лицензионные платежи. 9. Другие бизнес-услуги: посреднические услуги, лизинг, прочие деловые, профессиональные и технические услуги (правовые, управленческие, бухгалтерские, рекламные и иные услуги, услуги по проектированию, картографии и т. д.). 10. Личные, культурные, рекреационные услуги: аудиовизуальные (производство фильмов, программ, дисков и т. д.); прочие (показ выставок, проведение мероприятий). 11. Правительственные услуги (поставка товаров в посольство, консульство; услуги, оказываемые международными организациями по сохранению мира).

Около 20 % всей мировой торговли приходится на торговлю услугами. Мировой экспорт услуг превышает 2 трлн. долларов. Можно привести следующие ориентировочные характеристики участия различных стран

в мировом экспорте услуг (в %): США – 18, Великобритания – 8, Франция – 6, Германия – 6, Италия – 5, Япония – 5, Нидерланды и Испания – по 4, Бельгия и Люксембург – по 3, Гонконг – 3, Австралия – 2, Канада – 2, Швейцария – 2, Республика Корея и Китай – по 2, Турция – 2, Сингапур – 1,5, Швеция – 1,4, Тайвань – 1,3.

На протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. В мировой экономике наблюдается постоянный рост доли сферы услуг в совокупном ВВП, которая составляет в настоящее время более 70 % от его общего объема и значительно превышает долю сферы производства товаров. Такое соотношение является характерным как для экономически развитых, так и для развивающихся стран, где значение данного показателя составляет соответственно 73 и 65 %.

В наиболее развитых странах мира доля занятых в сфере услуг в настоящее время составляет более 70 % от общей численности занятых в экономике, а доля производственных фондов основных отраслей данной сферы превышает 60-ти процентный уровень. В мировой торговле наблюдается постоянное увеличение объемов экспортно-импортных операций в сфере услуг. Зависимость экономики страны от торговли услугами показывает удельный вес торговли услугами в ВВП страны. Например, его величина находится в пределах 10-15 % для Великобритании, Финляндии, Франции, Швейцарии, Швеции и в пределах 5-10 % для США, Канады, Германии, ЮАР, Австралии, Японии.

Роль услуг в экономике стран может оцениваться также с помощью индекса, рассчитанного как отношение доли экспорта товаров к доле экспорта услуг в ВВП стран. Чем меньше индекс, тем большее значение имеют услуги.

Внешнеторговая квота (отношение торговли услугами к доле сферы услуг в ВВП), а также показатель торговли услугами страны в расчете на душу населения характеризует степень открытости экономики во внешнеэкономических связях страны в сфере услуг. Достаточно информативным является коэф-

фициент относительной экспортной специализации стран на торговле услугами, рассчитанный как отношение экспорта услуг страны в ее общем экспорте к доле экспорта услуг страны в мировом экспорте услуг. Он позволяет установить степень специализации стран на экспорте услуг. Наименьшее значение этого показателя свидетельствует о высокой степени развитости экономики, в которой сфера услуг и торговля ими растут наряду с ростом производства и товарной торговли.

Активно развивается рынок деловых и финансовых услуг, рынок телекоммуникаций и информационных услуг. Режим свободной конкуренции позволит снизить стоимость услуг телефонной связи или страхования. Однако в сложной ситуации могут оказаться национальные коммуникационные компании, национальные банки и страховые общества. Поэтому в сфере регулирования торговли услугами следует проводить поэтапную, согласованную политику с тем, чтобы развитие данной отрасли не нарушало экономического баланса в экономически развитых и развивающихся в этом направлении государствах.

Устойчивость динамики роста мировой торговли услугами определяется рядом долгосрочных стимулов развития сферы услуг.

1. Многоплановое воздействие на услуги оказывает современная научно-техническая революция, осуществляемая в мировом масштабе. На основе компьютеризации, информационных технологий, новых средств коммуникации возник и стремительно утвердился на рынках целый спектр новых услуг, радикально обновляются их традиционные виды, повышаются качественные показатели обслуживания. Снимая технические барьеры в передаче многих услуг на расстояние, новые технологии открывают для них мировой рынок.

2. Стимулом развития ряда услуг служит структурно-технологическая перестройка материального производства, в ходе которой возрастают потребности промышленных компаний в высококачественных деловых, консалтинговых услугах, связанных с разнообразными и сложными проблемами управ-

ленческой, экономической, технической, технологической реструктуризацией и развитием. Одновременно из состава крупных фирм в массовом порядке выделяются их непрофильные подразделения, специализирующиеся на услугах.

3. Развитие услуг оживляют постоянные рыночные преобразования, проводимые во многих странах на транспорте, в сфере телекоммуникаций, финансовых и страховых услуг, а также в части либерализации внешнеэкономической деятельности.

4. Существенным повышением вклада отраслей услуг в экономический рост, социальный прогресс, расширяющим спрос на услуги со стороны населения и современного хозяйства.

В перспективе тенденция опережающего развития сферы услуг, по всей вероятности, сохранится. Но по мере достижения ее отраслями высокой степени зрелости будет проявляться в более сложном взаимодействии факторов роста и его подавления. Очевидно, усилится перелив ресурсов в самой сфере услуг.

Международный обмен услугами осуществляется в основном между развитыми странами и характеризуется высокой степенью концентрации. Лидерами среди развитых стран являются США, Франция, Великобритания, Нидерланды (крупнейшие экспортеры услуг), а также Германия, Япония, Италия (крупнейшие импортеры услуг).

Среди развивающихся стран в международной торговле услугами выделяются три группы стран. К первой относятся новые индустриальные страны, особенно азиатского региона. Республика Корея, Гонконг, Сингапур, о. Тайвань, Китай, Таиланд активно выступают на мировом рынке услуг, увеличив на протяжении двух последних десятилетий ее объемы более чем в 6 раз. Вторую группу составляют страны, для которых производство услуг является главным направлением развития экономики. Как правило, это островные или малые государства. Для них характерна ярко выраженная специализация на туристических, финансовых либо транспортных услугах. В целом последние два десятилетия эти страны развивались по пути уг-

лубления своей специализации. Третья группа объединяет наименее развитые страны, являющиеся экспортерами на мировой рынок преимущественно сырья (Ангола, Гана, Ливия, Иран и т. д.). Для них торговля услугами во внешней торговле составляет менее 10 %. Для государств Центральной и Восточной Европы, Балтии и СНГ, несмотря на некоторое наращивание торговли услугами, характерно превышение ввоза услуг над вывозом. В этом регионе наибольший удельный вес в торговле услугами принадлежит России, а наиболее конкурентоспособны на мировом рынке услуг Чехия, Польша и Венгрия.

По динамике и во внешнеторговой сфере лидирует комплекс деловых услуг: их доля в экспорте услуг из развитых стран превышает 50 %. Это маркетинговые, рекламные, лизинговые услуги; услуги научно-исследовательских фирм, организаций по охране и обслуживанию помещений, размножению документации; инженерно-строительные и архитектурные услуги; бухгалтерские, аудиторские услуги. Ускоренно развивается и вид деловых услуг – подбор персонала, а также услуги по обеспечению связей фирм с общественностью, поддержанию на производстве социального климата. В развитых странах в сфере деловых услуг заняты миллионы работников.

Быстрее всего развиваются компьютерные услуги, формирующие базовые черты новой экономики и усиливающие конкурентоспособность стран на мировом рынке. Компьютеризация и информатизация экономического пространства выходят на одно из ведущих мест в современной мировой инфраструктуре. Информация стала таким же важным фактором производства, как земля, труд и капитал.

Важным видом услуг на мировом рынке является реклама, которая превратилась в самостоятельную и очень прибыльную сферу бизнеса. Растет консультационный бизнес, функцией которого является разработка и предоставление клиентам научных решений самых разных хозяйственных проблем в виде информации, экспертизы, консультаций или прямого участия по контрактам в управлении, изучении рынков, разработке и реализации

мер по повышению эффективности.

Активно развиваются услуги связи, телекоммуникаций, кредитно-финансовые и страховые услуги. В промышленно развитых странах отношение к рынку страховых услуг определяется как к стратегическому сектору экономики и мощному фактору положительного воздействия на нее.

Динамично развиваются услуги кинопроизводства, видео- и аудиобизнеса, различные формы активного отдыха и, прежде всего, туризм, доля которого в стоимости экспорта услуг постоянно растет. Услуги туристической деятельности фирм занимают значительное место на международном рынке услуг. Сотни миллионов человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики. Международный туризм приобрел всемирный характер. Примерно аналогичная динамика типична для таких крупных и зрелых отраслей, как гостиничное хозяйство и авторемонтный бизнес, развитие которых сводится в основном к технической и организационно-структурной модернизации.

В большинстве стран рост международных услуг концентрируется в частном секторе. В государственном секторе объемы их производства сокращаются в соответствии с программами сокращения государственных расходов и мерами по разгосударствлению экономики.

Важную роль в интеграции России в мировое рыночное хозяйство призвана сыграть сфера услуг. В экономике России, как и во многих странах мирового сообщества, наблюдается тенденция роста доли занятых в сфере услуг. Международные сделки, охватывают самые разнообразные сферы деятельности – оптовую и розничную торговлю, банковское дело, страхование, аудит, транспорт и телекоммуникации, строительство и инжиниринг, здравоохранение и туризм. Однако Россия занимает более чем скромное место в мировой торговле услугами (около 1 % мирового экспорта и около 1,5 % импорта).

В мировой торговле услугами Россия ориентирована на обеспечение доступа ино-

странных поставщиков услуг на отечественный рынок. При этом относительно условий доступа в мировой практике существуют специфические обязательства стран по 160 видам услуг, систематизированные по 12 секторам согласно международному классификатору.

В процессе выработки обязательств по доступу иностранных поставщиков услуг требуется соблюдение баланса между интересами по защите своего внутреннего рынка и потребностью в иностранных инвестициях для создания современной инфраструктуры; между преимуществами, которые получают российские поставщики на внешних рынках, и степенью активности иностранцев на территории Российской Федерации. Необходима стройная система правового регулирования мировой торговли услугами, ориентированная на соблюдение интересов всех участников глобального рынка услуг.

Россия входит в число ведущих 30 стран – участниц международной торговли услугами, выступает в качестве экспортера и импортера услуг. По масштабам экспорта Россия опережает ряд крупных участников международной торговли услугами – Мексику, Индию и Бразилию, а по импорту – Австралию, Швецию, Норвегию, Швейцарию, Сингапур, Бразилию, Мексику, Индию. Нетто-экспортером на мировом рынке Россия остается в сфере транспортных услуг.

Туризм, как наиболее динамично развивающаяся сфера услуг, занимает первое место в отраслевой структуре российской торговли услугами. Наблюдается благоприятная динамика отраслей услуг в российской экономике, быстрое формирование целого ряда услуг, прежде всего телекоммуникаций, кредитно-финансовых, деловых, расширение торговли. Конкурентоспособность России проявляется главным образом в области услуг связи за счет космических разработок. Значительно возрастают объемы услуг, специфически присущих рыночной экономике – банковских, финансовых, риэлторских, страховых, юридических, консалтинговых.

В России представлены филиалы многих компаний – мировых лидеров в различных отраслях услуг, опыт которых в суще-

ственной степени влияет на формирование рыночных отношений в нашей стране. Наибольший интерес для зарубежных инвесторов представляют такие отрасли деловых услуг, как посредничество и консалтинг, а из ряда потребительских услуг – общественное питание, торговля, гостиничная индустрия. Заметная активность наблюдается в области рекламы и образовательных услуг.

Влияние глобализации на развитие сферы услуг вызывает необходимость существования специальных организаций и особых механизмов регулирования процессов воздействия данного явления на национальные и международные рынки. Регулирование должно быть ориентировано на создание сбалансированной системы интересов участников этих рынков с целью более полного и качественного удовлетворения спроса населения и хозяйствующих субъектов на услуги.

В сфере мировой торговли услугами всегда присутствует дилемма: что выбрать для обеспечения экономического развития страны - свободу торговли услугами или протекционизм. Противоречивое влияние мировой торговли услугами на экономику создало два противоположных подхода к ее развитию: протекционизм и защита свободы мировой торговли услугами. В борьбе этих двух подходов обычно и вырабатываются меры государственного и межгосударственного регулирования данной сферы. Защита, реализуемая через инструменты регулирования, необходима для того, чтобы не дать исчезнуть новым видам услуг, не способным выдержать международной конкуренции, не разрушить культурные основы, традиции сервиса той или иной национальной сферы услуг.

Свободная мировая торговля услугами - это продвижение услуг в государственном и межгосударственном пространстве без ограничений. Главный аргумент в пользу свободной мировой торговли услугами состоит в том, что она позволяет получить большие экономические результаты, чем ее ограничения. Другие аргументы в защиту свободной мировой торговли услугами заключаются в том, что она расширяет мировой рынок услуг, ведет к развитию здоровой конкуренции, снижению цен на услуги и повышению их

качества.

В связи с растущими масштабами мировой торговли услугами возникает необходимость создания международных и национальных механизмов регулирования данного процесса. Наиболее важным направлением является работа по выполнению условий Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС). В настоящее время Всемирная торговая организация ведет список отраслей услуг, по которым страны выражают согласие с либеральным режимом доступа на национальный рынок для зарубежных партнеров. Например, из 12 отраслей, согласно классификации ВТО, к наиболее «открытым» в мире относится туризм.

Одним из важнейших событий, связанных с формированием международных механизмов регулирования мировой торговли услугами, было создание в 1964 г. Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). Она получила статус постоянного органа Генеральной Ассамблеи ООН. ЮНКТАД объединяет около 200 стран. В ведение ЮНКТАД наряду с торговлей сырьем, готовыми изделиями и полуфабрикатами, вопросами экономической интеграции между развивающимися странами входит и регулирование мировой торговли услугами. Основными органами ЮНКТАД являются конференция (следует различать два понятия: «конференция» как наименование самой организации и как название ее высшего органа) и Совет по торговле и развитию. Членство в Совете открытое и устанавливается на основе пожелания каждого государства. В качестве вспомогательных органов Совета действуют 7 специализированных комитетов: по сырьевым товарам, промышленным товарам, невидимым статьям (услугам) и финансированию, по морским перевозкам, по преференциям, по экономическому сотрудничеству между развивающимися странами, по передаче технологии.

Деятельность ЮНКТАД повлияла на принципы ГАТС, в частности, был введен более благоприятный торговый режим для развивающихся стран. ЮНКТАД была основоположником недискриминационных льгот в системе международной торговли. Несом-

ненен вклад ЮНКТАД в создание новой комплексной системы регулирования мировых товарных рынков. Сегодня нельзя представить системы международных экономических организаций без ЮНКТАД, без ее вклада в концепцию мировой торговли и развития, без ее исследований и многочисленных совещаний экспертов.

Другим органом, регулирующим развитие мировой торговли, является всемирная торговая организация (ВТО). Важнейшим направлением в ее деятельности выступает регулирование международной торговли услугами на основе выработанных принципов и правил, ее дальнейшего расширения и постепенной либерализация путем проведения переговоров. Соглашение об образовании ВТО является документом, к которому приложены 27 положений, регулирующих широкий круг вопросов международной торговли, включая мировую торговлю услугами. Отдельные соглашения регулируют порядок разрешения торговых споров и порядок осуществления мониторинга торговой политики стран-членов ВТО.

Существуют принципиальные различия в регулировании торговли товарами и торговли услугами. Внешняя торговля товарами регулируется, прежде всего, уровнем ставок таможенных пошлин. В мировой торговле услугами применяются инструменты внутреннего регулирования секторов услуг. Регулирование может осуществляться с различными целями: обеспечение надлежащего качества предоставляемых услуг; необходимость защиты отечественных производителей услуг от иностранной конкуренции; поддержание определенной структуры рынка услуг.

Для целей многостороннего регулирования мировой торговли услугами они делятся на 12 секторов. Сектор "финансовые услуги", в частности, включает все виды банковских услуг; финансовый лизинг; гарантии и поручительства; управление финансовыми активами и пр.

По способам поставки (предоставления) ГАТС классифицирует услуги следующим образом: трансграничная торговля; передвижение потребителя в страну, где пре-

доставляется услуга (потребление за рубежом); учреждение коммерческого присутствия в стране, где услуга оказывается (перемещение физических лиц); временное перемещение поставщика услуги - физического лица в другую страну для предоставления услуги (перемещение физических лиц).

Главная идея ГАТС состоит в выработке многосторонних правил, направленных на либерализацию мировой торговли услугами. Однако на практике большинство стран применяет ограничения для защиты национальных поставщиков услуг. Отменить все ограничения невозможно, поэтому ГАТС устанавливает правила и процедуры применения допустимых ограничений в мировой торговле услугами.

Для стран-членов ВТО ГАТС предусматривает два вида обязательств: общие обязательства, принимаемые странами в безусловном порядке: режим наибольшего благоприятствования в торговле, борьба с недобросовестной конкуренцией, взаимное признание квалификации поставщиков услуг и др.; специфические обязательства, касающиеся конкретных условий доступа на рынок услуг конкретной страны (предмет переговоров). Важнейшее место в ряду обязательств принадлежит режиму наибольшего благоприятствования. Этот режим требует от страны предоставить каждому члену ВТО режим доступа на рынок услуг не хуже того, который она предоставляет любой третьей стране, в том числе и не входящей в ВТО.

Сам по себе режим наибольшего благоприятствования не определяет условий доступа на рынок финансовых услуг. Он просто ставит все страны в равные условия. Если запретить доступ на рынок для всех банков из всех стран, то режим нарушен не будет, но если кому-то разрешить, а кому-то нет, то это будет считаться дискриминацией.

В то же время режим наибольшего благоприятствования предусматривает возможность исключений (изъятий) в использовании этого режима. Это относится к тем странам, которые имеют двухсторонние соглашения, предусматривающие более либеральные условия взаимной торговли услугами, которые не распространяются на все страны-участни-

ки ВТО (например, страны ЕС).

С точки зрения ГАТС, к ограничительным мерам развития рынка мировой торговли услугами относятся: ограничения количества поставщиков услуг (квотирование, предоставление эксклюзивных прав); ограничение объема торговли данным видом услуг; ограничение числа операций или количества предоставляемых услуг; ограничение количества физических лиц, которые могут быть заняты в соответствующем секторе услуг; требование определенной правовой формы компании; ограничение доли иностранного капитала в виде максимального процента участия в компании.

Российское законодательство не содержит четких понятий “услуга” и “торговля” услугами. Услуги классифицируются и регулируются каждая по-своему. Финансовые ус-

луги регулируются федеральными законами, касающимися банков и банковской деятельности, страхового и фондового рынков, а также Гражданским законодательством.

Государственное регулирование банковского сектора устанавливает ограничения доступа на рынок иностранного банковского капитала в виде требования получить предварительное разрешение Банка России на создание кредитной организации с иностранными инвестициями и на открытие филиала или представительства иностранного банка.

В соответствии с правилами ГАТС вышеперечисленные меры трактуются как ограничение доступа на рынок. Кроме того, у России есть преференциальный режим торговли услугами со странами СНГ, а также конкретные договоренности по преференциям со странами ЕС.

GLOBALIZATION IMPACT ON SERVICE SECTOR DEVELOPMENT

© 2005 A. V. Ukolov

Russian Academy of Public Service Supervised by the President of Russia, Moscow

The paper analyses globalization factor which have a dominant impact on service sector development geopolitical factor, psychological factor, labour factor, telecommunication factor, structural factor, factors of developed services concentration, efficiency factor. A number of long-term incentives for service sector development that lead to stable dynamics of world service trade growth is specified. The necessity of special organizations and mechanisms for regulating the processes of globalization impact on national and international markets is assessed.