

2. Деятельность организаций с участием иностранного капитала Волгоградской области в 2010 г. / Волгоградстат. Волгоград, 2011. 25 с.
3. Иностраный капитал в экономике Волгоградской области / Волгоградстат. Волгоград, 2012. 21 с.
4. Волгоградская область в цифрах 2010 / Волгоградстат. Волгоград, 2011. 384 с.
5. Центральная база статистических данных [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi> (дата обращения: 01.03.2012).
6. Статистический ежегодник Волгоградской области 2010 : сборник / Волгоградстат. Волгоград, 2011. 868 с.
7. Мамедов С. В. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в Россию на этапе завершения глобального экономического кризиса [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mirec.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=171 (дата обращения: 01.03.2012).

REFERENCES

1. Activity of the companies with the foreign capital participation in Volgograd region in 2009 / Volgogradstat. Volgograd, 2010. 29 p.
2. Activity of the companies with the foreign capital participation in Volgograd region in 2010 / Volgogradstat. Volgograd, 2011. 25 p.
3. Foreign capital in the Volgograd region economics / Volgogradstat. Volgograd, 2012. 21 p.
4. Volgograd region in figures 2010 / Volgogradstat. Volgograd, 2011. 384 p.
5. Central statistic data base [Electronic resource] / Federal state statistics service. – Access mode: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi> (date of viewing: 01.03.2012).
6. Statistical annual bulletin of Volgograd region 2010 : Bulletin / Volgogradstat. Volgograd, 2011. 868 p.
7. Mamedov S. V. The problems of the foreign investments involvement in Russia at the stage of completion of the global economic crises [Electronic resource] Access mode: http://www.mirec.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=171 (date of viewing: 01.03.2012).

УДК 339
ББК 65.5

Давиденко Любовь Григорьевна,
доцент каф. организации таможенного контроля
Ростовского филиала Российской таможенной академии,
аспирант каф. таможенного дела и международных отношений
Ростовского государственного экономического университета «РИНХ»,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: Luboy_Dayidenko@mail.ru

ИСТОРИКО-ГЕНЕТИЧЕСКИЙ И КОМПАРАТИВИСТСКИЙ ПОДХОД К СЕРВИСНОМУ ПРОИЗВОДСТВУ В ЭКОНОМИКАХ МИРА

HISTORICAL-GENETIC AND COMPARATIVE APPROACH TO THE SERVICE PRODUCTION IN WORLD'S ECONOMIES

Важнейшей закономерностью развития мировой экономики является трансформация форм сервисного производства и продажи услуг. Появление международного рынка услуг явилось следствием этапа роста сферы услуг. Пассивный международный рынок услуг есть рынок, на котором продажа услуг иностранным гражданам осуществляется за пределами государства-производителя. Активный международный рынок услуг способствует общему оживлению национальных или региональных рынков. Этап динамичного роста сферы услуг привел к становлению новой структуры общественного производства. Производство национального сервисного продукта, находящегося на стадии своего интенсивного роста, является мощным фактором притяжения других отраслей промышленности и торговли. Наличие активно растущего рынка сбыта привлекает иностранных инвесторов, готовых вкладывать необходимые средства как в поддержание высокого уровня качества инфраструктуры, так и в предприятия сферы услуг и торговли.

The most important trend of development of the world economy is transformation of the forms of service production and

sale of services. The appearance of international services market was a consequence of the service industries' stage of growth. Passive international services market is the market where sale of services to foreign citizens is made outside the producer states. Active international services market encourages general recovery of national and regional markets. A phase of dynamic growth of service industries led to formation of a new structure of social production. Production of national service product, which is currently at the stage of its intensive growth, is a powerful factor for attraction of other industrial and trade branches. Actively growing market attracts foreign investors, who are willing to invest the necessary assets in maintaining of high quality level of infrastructure, as well as in service and trade enterprises.

Ключевые слова: международный рынок услуг, научно-технический прогресс, валовой национальный продукт, пассивный рынок, активный рынок, импорт услуг, экспорт услуг, сервисное производство, иностранные инвесторы, пассивная фаза, сфера услуг.

Keywords: international services market, scientific and technical progress, gross national product, passive market, ac-

tive market, import of services, export of services, service production, foreign investors, passion phase, service industry.

Интенсивное развитие сферы услуг стало ключевой характеристикой XX века, объективно связанной с эволюцией экономических отношений. Следует заметить, что развитие экономики не является самоцелью, поскольку оно внутренне детерминировано с целями деятельности индивидов и направлена на удовлетворение их интересов, потребностей, предпочтений и вкусов.

Для постиндустриального периода характерна структурная перестройка экономики, в результате которой основополагающую роль начинают играть отрасли, связанные с развитием человека как личности, повышением его образовательного уровня, обеспечением высокого качества жизни отдельного индивида и общества в целом. В настоящее время важнейшей закономерностью развития мировой экономики является не только расширение рынка услуг, но и трансформация форм как сервисного производства и продажи услуг, так и взаимодействия непродуцированной сферы с представителями первых секторов народного хозяйства, что вызвано усложнением процесса производства, насыщением рынка различными товарами индивидуального спроса, а также быстрым ростом научно-технического прогресса, который приводит к изменениям не только в экономике, но и в жизни общества [1, с. 24–33].

Вместе с тем исторический анализ развития сферы услуг, трансформации ее роли в национальных и в мировой экономической системе, тенденций во взаимоотношениях с другими отраслями народного хозяйства позволяют выделить ряд эволюционных форм, сменявших друг друга на протяжении XX века. Это:

– этап роста, характеризующийся ростом доли сферы услуг в общественном производстве, не связанным с изменениями форм и содержания взаимодействий третьего сектора с промышленным производством и агропромышленным комплексом;

– этап становления и развития международного рынка услуг, характеризующийся ростом объемов экспорта – импорта услуг;

– этап формирования транснационального предпринимательства в сфере услуг, связанный с формированием и стремительным развитием транснациональных конструкций сервисного производства;

– современный этап, которому свойственно изменение содержания самой услуги как товара, превращение ее в метатоварную категорию.

В дальнейшем будут рассмотрены и проанализированы все эти исторические этапы и эволюционные формы сервисного производства.

Этап динамичного роста сферы услуг привел к становлению новой структуры общественного производства и имел место с 20–30-х годов XX века, особенно ярко его характеристики проявились по окончании мирового кризиса перепроизводства.

С 30-х годов XX столетия в экономике большинства развитых стран вполне четко стала проявляться тенденция сокращения доли материального производства в целом и его наиболее примитивных форм в частности. Так, если в США в 1869 году около 40 % валового национального продукта создавалось в сельском хозяйстве, то в 1928 году этот показатель снизился до 14 %, а сегодня он составляет не более 1,5 %. Еще более очевидны изменения в структуре занятости. Если в середине прошлого столетия в аг-

рарном комплексе было занято более 60 % работающего населения, то ныне этот показатель не превышает 2,7 %. Аналогичные тенденции наблюдаются в странах Объединенной Европы. Следует отметить, что промышленное производство оставалось фактически на одних и тех же позициях как по числу занятых, так и по величине доли в валовом национальном продукте. Позднее, в начале 90-х годов, суммарная доля как первичного, так и вторичного секторов в постиндустриальных державах стабилизировались на уровне 30–32 % их валового национального продукта, а занятость в них колеблется от 25 до 30 % от общей рабочей силы этих стран. Масштабы же сферы услуг постоянно росли и растут. (В США третичный сектор составил более 70 %, в ЕЭС на его долю приходится около 65 %, а для Японии – 59) [2, с. 140–152].

Основными характеристиками этапа роста сферы услуг были:

– сокращение доли материального производства в целом и его наиболее примитивных форм в частности;

– изменения в структуре занятости населения в пользу «третьего сектора»;

– стабилизация доли промышленного производства и сельского хозяйства в валовом национальном продукте на уровне 30–32 %;

– стремительный рост капиталовложений в предприятия сферы услуг.

Последующим этапом развития непродуцированной сферы, логично дефинированным предшествующими ее достижениями, следует считать появление и развитие международного рынка услуг. Разумеется, международный рынок услуг появился гораздо раньше (особенно финансовые рынки – детище эпохи Возрождения), но именно в двадцатом столетии он не просто обрел новое выражение, но и достиг невиданных размеров. Величина экспорта услуг вплотную приблизилась к доле в 20 % от величины мирового, а в ряде государств услуги являются первой статьёй национального экспорта.

К числу характеристик международного рынка услуг можно отнести:

– возможность оказания услуги либо в стране производителя услуги, либо в стране ее потребителя (принцип локализации), что определяет классификацию международного рынка услуг на активный и пассивный. Под первым понимается рынок услуг, на котором продажа услуги гражданам иного государства осуществляется на территории государства производителя. Пассивный международный рынок услуг есть рынок, на котором продажа услуг иностранным гражданам осуществляется за пределами родного производителя государства. Пассивный международный рынок услуг предполагает вывоз капитала за рубеж, ликвидирует возможность новых рабочих мест на родине, тем самым может противоречить интересам государства и общества в целом. Активный же международный рынок услуг, наоборот, способствует общему оживлению национальных или региональных рынков, поскольку с ведением активной международной деятельности к месту реализации услуг стекаются не только валютные сбережения зарубежных граждан, но и сами покупатели;

– непосредственно услуга не может быть вывезена за рубеж с целью продажи, возможен лишь вывоз впечатлений от ее приобретения. На основании этого экспортом услуг является вывоз впечатлений за пределы государства производителя (в случае активного международного рынка услуг) или приобретение впечатлений иностранными

гражданами (в случае пассивного международного рынка услуг), сопровождающиеся притоком капиталов в страну производителя. Импорт услуг есть ввоз в страну впечатлений от приобретенных гражданами услуг за рубежом (в случае активного международного рынка) или у иностранных продавцов (в случае пассивного международного рынка услуг) и возможен только в случае присутствия в стране спроса на услуги иностранных производителей.

В случае активного международного рынка услуг, который специфичен для услуг, неотделимых от производителя, необходимо существование иностранного спроса на эту услугу, основанное в том числе и на ценовом преимуществе. Пассивный же международный рынок услуг, предполагающий выход производителя на иностранный рынок, стирает ценовое преимущество перед иностранными конкурентами в силу аналогичных издержек и формирующихся под влиянием экономического благосостояния потребителей ценовых стратегий производителей. Следовательно, ценовое преимущество в сервисном производстве может стать причиной появления международной торговли услугами между этими странами только в форме активного рынка.

Появление международного рынка услуг явилось следствием этапа роста сферы услуг, а также установления тесных контактов и коммуникационных схем между потребителями различных государств. Это, в свою очередь, глобализовало их потребности, тенденции предпочтений, унифицировало их претензии к содержанию предлагаемых услуг, что ранжировало предоставляемые производителями различных стран услуги по их качеству.

Есть определенные барьеры в теоретическом обосновании мировой торговли услугами с позиций теории Хекшера – Олина, также актуальной в объяснении многочисленных экономических феноменов современности, включая глобализацию и транснационализацию, ввиду неясности отнесения услуги к одному из дефинированных типов торговых товаров – трудоемким или капиталоемким.

Предложенная сравнительно позднее теория подобия стран как научное обоснование мировой торговли услугами, с одной стороны, близка к реалиям и в определенный момент времени максимально точно определяла как структуру, так и содержание международных обменов сервисным продуктом, развивающихся в первую очередь между государствами, обладающими схожими социальными, экономическими, демографическими и даже культурными характеристиками. Вместе с тем последние реалии и достижения международного рынка услуг, выражающиеся, в частности, в формировании глобальных сервисных корпораций, чья коммерческая деятельность практически ничем не ограничивается, не знает барьеров ни экономического, ни социокультурного свойства; переходе к глобальной дистрибуции услуг, обладающих конкурентными преимуществами планетарного масштаба; формировании транснациональных конструкторов сервисного производства, основанных на франчайзинговых и аутсорсинговых отношениях при общем сохранении мультисистемности мироустройства (несмотря на определенные достижения так называемых «выравнивателей» мира [3, с. 45], выражающиеся прежде всего в формировании глобального информационного, обладающего универсальными характеристиками и показателями развития экономического, социального и культурного пространств), во многом остаются за пределами возможностей научного обоснования с позиций теории подобия стран.

Все это побуждает как к дальнейшему развитию уже существующих теорий, так и к разработке альтернативных концепций.

Так, анализ истории развития мирового рынка услуг позволяет выделить первую фазу жизненного цикла сервисной отрасли, которую условно можно назвать пассионарной. В применении к сервисному производству пассионарность регионального сообщества может быть определена как стремление власти и местного населения к развитию в своем регионе сферы услуг, привлечению иностранных потребителей услуг, что может происходить даже в ущерб другим интересам сообщества (например, развитию промышленности, введению войск, сохранению культурной самобытности). Первая фаза развития экспортноориентированной сферы услуг в регионе характеризуется всемерным поощрением производителей и экспортеров национального сервисного продукта, иностранных инвесторов в зарождающуюся индустрию, активным продвижением национальных услуг на международном рынке.

Пассионарная фаза отличается и максимальными затратами со стороны национальных властей, инвесторов как в собственно инфраструктуру будущего сервисного центра, так и в его продвижение на мировом рынке и одновременно минимальной отдачей от начавшего свое развитие экспорта. На данной фазе развития экспортноориентированного центра сервисного производства выстраивается активный рынок, в котором основная масса приезжающих потребителей – это местные жители либо жители соседних стран, максимально осведомленные о возможностях производимых услуг и их конкурентных преимуществах.

Второй фазой жизненного цикла экспортноориентированной сферы услуг является фаза экстенсивного роста. Экстенсивность в развитии сервисного производства выражается в стремлении национальных производителей наращивать объем экспорта услуг за счет использования все большего количества ресурсов, включая информационный и кадровый. Экстенсивная фаза является логическим продолжением пассионарной и наступает, когда экспортноориентированный центр сервисного производства добился международной популярности и начал принимать большое количество иностранных потребителей. Однако стадия экстенсивного роста жизненного цикла сервисного продукта не может продолжаться бесконечно из-за наличия лимитирующих производство услуг факторов, присутствие которых объясняется как ограниченностью пропускной способности территории, так и негативностью воздействия экспортноориентированного производства на жизнь местного населения.

В связи с этим этап экстенсивного роста жизненного цикла экспортноориентированного сервисного производства непременно заканчивается, и оно, согласно диалектической логике перехода количества в качество, вступает в новую фазу своего развития – стадию интенсивного роста. Смысл интенсивного роста состоит в увеличении рентабельности сервисного производства за счет повышения качества обслуживания, основанного прежде всего на его дифференциации и индивидуализации.

В результате на интенсивной фазе собственного жизненного цикла растет цена национального сервисного продукта, однако, в силу его популярности и всемирной известности, потоки въезжающих потребителей и объемы «невидимого» экспорта ослабевают незначительно, а в силу роста отпускных цен на услуги рентабельность предприятий сферы даже вырастает.

Когда сфера услуг в стране выходит на интенсивную фазу своего развития, она становится реальной экономической силой в государстве, имеет колоссальное воздействие на все стороны жизнедеятельности народа, является своеобразным диктатором над промышленным и сельскохозяйственным производством. Производство национального сервисного продукта, находящегося на стадии своего интенсивного роста, является мощным фактором притяжения других отраслей промышленности и торговли. Центры сервисного производства (в основном города как концентраты информации и квалифицированной рабочей силы) становятся регионами, отличающимися весьма положительной для экономического развития рыночной конъюнктурой, регионами, «обрастающими» всеми атрибутами повышенной деловой активности (офисные и представительские здания, торговые центры, крупные транспортные узлы). Таким образом, производство сервисного продукта становится фактором, стимулирующим общее экономическое развитие региона или центра посредством увеличения количества потребителей на региональном рынке (за счет приезжающих потребителей). Наличие активно растущего рынка сбыта привлекает также и иностранных инвесторов, готовых вкладывать необходимые средства как в поддержание высокого уровня качества инфраструктуры, так и в предпринятия сферы услуг и торговли.

Следовательно, на завершающих фазах стадии интенсивного роста регион или центр экспортноориентированного сервисного производства становятся важнейшими элементами экономической системы государств, обладающих существенным экономическим потенциалом, высокой деловой активностью, капиталонасыщенностью, квалифицированной рабочей силой.

Фаза интенсивного роста постепенно переходит в принципиально новое состояние сервисной системы региона, которую условно можно назвать космополитической, выражающейся не в спаде активности иностранного потребления производимых услуг, а в трансформации целей их прибытия. Все большее количество приезжающих едут с более деловыми и связанными с процветающей в регионе коммерческой деятельностью, а экономическая система государства (или его отдельного региона) становится стопроцентно открытой, то есть прямо или косвенно зависящей от ширины вездного потока потребителей и состояния индустрии сервиса.

Данный этап жизненного цикла туристического продукта условно назван космополитическим, поскольку предполагает полное смешение местного населения с постоянно приезжающими иностранными гражданами, интернационализацию местной культуры, экономики, социальных устоев. Жизнь такого центра не представляется без связи с приезжими гражданами, которые привлекаются в него деловыми целями. При этом отмечается, что непосредственное обслуживание приезжающих осуществляется также приезжающими из-за рубежа сезонными работниками, а местное население постепенно отходит от работы в сфере обслуживания, получая более высокооплачиваемые должности в предприятиях торговли и финансовых структурах.

Наконец, еще одной отличительной чертой космополитического этапа жизненного цикла экспортноориентированного центра сервисного производства является постепенный переход к пассивной мировой торговле услугами, реализуемый за счет осуществления иностранных инвестиций и роста участия местных предпринимателей в организации сферы услуг иностранных государств. Актуализация

лимитирующих факторов, а также детерминированные эффектом масштаба возможности местных производителей не повышать цены на производимые услуги (что в обязательном порядке происходит на стадии интенсивного развития сферы услуг) стимулируют пассивные операции, ориентированные не на привлечение иностранных потребителей в центр сервисного производства, а перенос отдельных сервисных производств в места проживания потенциальных потребителей, тем более если последние не отличаются высокой степенью консолидации отрасли и конкурентными преимуществами.

Таким образом, на космополитической фазе сервисное производство ни в коем случае не сворачивается и производимые услуги не переживают стадию спада в результате их морального устаревания, наоборот, сфера переживает вторую волну своего рождения, увеличивая рентабельность и известность, но с акцентом на пассивные экспортные операции.

Таким образом, если на начальных (пассионарной, экстенсивного роста) стадиях жизненного цикла национального сервисного продукта происходит в основном экспорт иностранных капиталов, необходимых для развития соответствующей индустрии, то на более зрелых стадиях (интенсивного роста и особенно космополитической стадии) акцент делается на ввозе необходимой для поддержания производства национального продукта рабочей силы.

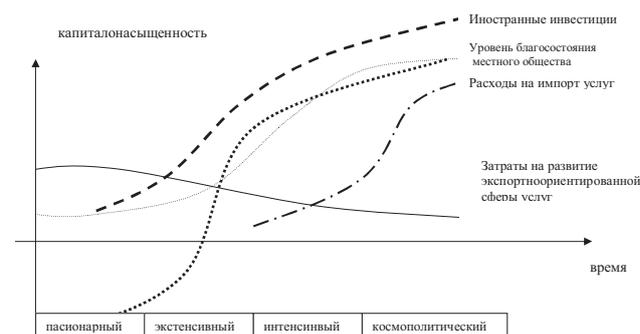


Рис. 1. Стадии жизненного цикла сервисного центра [4, с. 27]

На рис. 1 демонстрируется не только трансформация доходов и расходов местной экономической системы при ее вступлении в международный сервисный обмен, но и рост благосостояния местного населения от этапа к этапу. Благосостояние местного населения оценивается наличием капитала в местной экономической системе, составляет разность между полученными от развития сферы услуг доходами и расходами как самого местного общества на развитие отрасли, так и собственных жителей на приобретение иностранных услуг (с каждой новой фазой становящихся сравнительно все более дешевыми, хотя и обладающими меньшим качеством).

Сфера услуг каждой страны имеет свой индивидуальный, неповторимый путь развития. И хотя в одних странах уже сформировалась «сервисная экономика», а в других сфера услуг не столь развита, в целом можно говорить об общей тенденции повышения роли сервисного сектора в общемировом экономическом пространстве. В условиях активного развития сферы услуг обозначаются все новые экономические, статистические, управленческие, технологические проблемы, связанные, в частности, с торговлей услугами на мировом рынке, сервисной деятельностью на национальном уровне, функционированием отдельных организаций сферы услуг и т. д. Сервисный сектор, таким

образом, становится предметом все более пристального внимания со стороны исследователей, принадлежащих к самым различным научным направлениям, среди которых экономика, маркетинг, менеджмент.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // *Мировая экономика и международные отношения*. 2001. № 2. С. 24–33.
2. Иноземцев В. Л. Постиндустриальное хозяйство и «постиндустриальное» общество (к проблеме социальных тенденций XXI века) // *Общественные науки и современность*. 2001. № 5. С. 140–152.
3. Фридман Т. Плоский мир. М.: АСТ, 2005. 352 с.
4. Балаева А., Предводителева М. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития // *Мировая экономика и международные отношения*. 2009. № 3. С. 23–29.

REFERENCES

1. Demidova L. Service industries in the post-industrial economy // *World economy and international relations*. 2001. # 2. P. 24–33.
2. Inozemtsev V. L. Post-industrial economy and the “post-industrial” society (to the issue of social tendencies of XXI century) // *Social sciences and the present*. 2001. # 5. P. 140–152.
3. Fridman T. Flat world. M.: AST, 2005. 352 p.
4. Balaeva A., Predvoditeleva M. Service industries in the world economy: tendencies of development // *World economy and international relations*. 2009. # 3. P. 23–29.

УДК 338.2
ББК 65.050.17

Давиденко Иван Валерьевич,

аспирант каф. международных экономических отношений

Южно-российского института

филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,

г. Ростов-на-Дону,

e-mail: IvanD1@yandex.ru

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»

THE ANALYSIS OF THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT ‘ECONOMIC SAFETY’

Основным аспектом национальной безопасности страны является экономическая безопасность, ведь, в конечном счете, обеспечение всех аспектов национальной безопасности в определенной мере зависит от уровня развития и эффективности экономики. В связи с этим требует уточнения понятие термина «экономическая безопасность» с учетом современного положения и изменения макроэкономической ситуации. Особый акцент в статье автором сделан на необходимости рассмотрения и уточнения понятия экономической безопасности «виртуального» сектора экономики.

The basic aspect of the national safety of the country is the economic safety, because ultimately provision of all aspects of national safety depends, to a certain extent, on the level of development and efficiency of economy. In this connection the concept of the term ‘economic safety’ requires more precise definition taking into account the modern provisions and changes of the macroeconomic situation. The author specifically focused on the necessity to review and specify the concept of economic safety of the ‘virtual’ sector of economics.

Ключевые слова: экономическая безопасность, безопасность, риск, транснациональные компании, виртуальная экономика, факторы экономической безопасности, критерии экономической безопасности, система факторов экономической безопасности, глобализационные процессы, мировая экономика.

Keywords: economic safety, safety, risk, transnational companies, virtual economics, factors of economic safety, criteria of economic safety, system of economic safety factors, globalization process, world economics.

Основной глобальной проблемой современности становится неуправляемость развития мировой экономики, которая будучи следствием развития глобализационных процессов оказывает все более острое воздействие на обеспечение экономической безопасности стран мировой экономики и более четко отражает двоякую роль влияния глобализации на мироустройство. Глобализация существенно ослабила роль государственного сектора в экономике, но в то же время не явилась катализатором создания новых международных или наднациональных механизмов регулирования, которые бы устранили возникший диссонанс и повысили управляемость. Тенденция к снижению управляемости международной системы доминировала в первой половине 2000-х гг. и еще продолжает превалировать и даже расти, этот тезис адекватно отражает ситуацию в сферах политики и обеспечения экономической безопасности. Отрицательные стороны стремительно развивающихся процессов глобализации оказывают возрастающее отрицательное воздействие на экономическую безопасность, как на глобальном, так и на региональном и национальном уровнях. Акторы угроз меняются от государства со строгой