РОЗДІЛ 7. СВІТОВА ЕКОНОМІКА І МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 330.34

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ ПРОЦЕСУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Довгаль О.А., д. е. н., професор
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Статтю присвячено дослідженню чинників глобалізації, які впливають на розвиток сфери послуг: геополітичні, психологічні, трудові, телекомунікаційні, структурні, чинники концентрації розвинених послуг, чинники ефективності.

Ключові слова: глобалізація, сектор послуг, геополітичний фактор, національні ринки, світові ринки.

Глобалізація сфери послуг – це процес, орієнтований на створення і розвиток єдиного світового ринку послуг. За своєю природою глобалізація є багатобічним явищем, що має не лише економічний, але також ідеологічний, геополітичний і соціальний характер. Особливість сучасного етапу глобалізації полягає в тому, що під контроль наднаціонального капіталу потрапляють не лише природні ресурси і фінанси держав, але також культура і послуги разом з інфраструктурою, персоналом і національною філософією діяльності. Створення і розвиток єдиного світового ринку послуг підтримується національними урядами економічно розвинених держав на рівні інформаційних суспільств, які стали домінуючою конкурентною перевагою, що і дозволяє отримувати найбільшу вигоду від глобалізації.

Процес глобалізації поступово приводить до ослаблення і усунення відмінностей в соціальному і культурному устрої держав і орієнтації їх на моносистему в рамках концепції однополюсного світу. В сфері послуг, де у зв'язку з процесом глобалізації територіальність перестає бути єдиним організуючим принципом соціального і культурного життя населення, послуги, що базуються на інформаційних системах, звільняються від локальних прив'язок і вільно перетинають просторові кордони, нерідко несучи на собі «соціально-культурні віруси», руйнівні життєві устрої і культурні засади народів. Народ має бути готовий до повного зняття територіальних обмежень, до нового рівня відкритості. Найпотужнішим засобом індивідуального захисту народу в цих умовах є його власна культура, національні традиції, віра, які повинні ретельно зберігатися. І саме держава повинна створювати умови, які б підтримували, захищали і збагачували культуру власного народу [1].

Для реалізації ідеологічної і політичної складових процесу глобалізації зазвичай використовується сфера інформаційних послуг, послуги театрів та інших видовищних установ культури для розповсюдження по всій планеті ліберальних «цінностей» північноамериканського зразка з метою американізації суспільств іншої культури. Робиться це і через рекламу товарів, вироблених в цих країнах, шляхом формування нових очікувань людей, через дію на їх свідомість для зміни національних традицій, смаків і звичок. При цьому в засобах масової інформації багатьох країн світу прагнення «бути американцем» є позитивною цінністю, а традиційна поведінка і національні моделі розвитку оцінюються негативно.

Економічна глобалізація є породженням транснаціонального бізнесу банків і корпорацій, в діяльності яких переважали міжнародні фінансові і інформаційні потоки, використовувався принцип розміщення виробництв та ліквідного майна за кордоном. В позитивному плані це сприяло розвитку інфраструктури для обслуговування процесів глобальної ділової активності і привело до широкого використання телекомунікаційних мереж нового покоління для обміну інформацією, здійснення розрахунків і загальнопланетарного спілкування за рахунок швидкого

© Довгаль О.А., 2011

поширення економічної інтеграції; зближення фінансових систем; технічної, економічної, гуманітарної освіти і серйозним чином торкнулося чинників розвитку і функціонування сфери послуг [2].

На наш погляд, чинники процесу глобалізації, які надають домінуючий вплив на розвиток сфери послуг в усьому світі, можна класифікувати наступним чином. Перш за все, це геополітичний чинник: процес глобалізації веде до ослаблення і зняття географічних, територіальних обмежень і розповсюдження глобальної свідомості. Територіальність перестає бути винятковим принципом організації сфери послуг, вона доповнилася нестримно зростаючим сектором послуг, які надають без прив'язки до конкретного міста мешкання або роботи споживача. Це, перш за все, відноситься до послуг, пов'язаних з наданням або переміщенням інформації, які набули глобального характеру. Послуги стали діяльністю, за допомогою якої проводиться економічна політика в міжнародних масштабах під час експорту робочої сили, яка виступає носієм інтелектуального потенціалу, джерелом доходів і інструментом розв'язання геополітичних проблем.

Психологічний чинник: процеси глобалізації виявляють суттєву дію на психологію людей. Перетворення національних ринків послуг супроводжується змінами в поведінці людей по відношенню до моди, нових послуг, що йдуть врозріз з національними, релігійними та іншими особливостями менталітету, формуються нові очікування і пов'язана з ними ментальність. Процес глобалізації привів до появи групи споживачів, що чекають в кожній точці земної кулі зустріти один і той же достатньо високий рівень сервісу. Формування даної психології привело до трансформації ринків готельного, ресторанного і транспортного бізнесу, яка виразилася в створенні мереж готелів і ресторанів із гарантованою якістю обслуговування незалежно від місцезнаходження, в появі мережі оренди автомобілів та інших видів послуг, перш за все побутового характеру, а також супутніх послуг для туристів і ділових людей.

Трудовий чинник: в розвинених країнах виразно формується тенденція до виведення робочих місць в сферу послуг держав із дешевою робочою силою, що мають більшу ємкість ринку торгівлі, готельного господарства, туризму, ігрового бізнесу, тощо. Політика виведення робочих місць за кордон підтримується податковими пільгами для компаній, які переносять робочі місця за межі своїх держав. Перенесення робочих місць в інші країни економічно вигідно експортерам – витрати на послуги менше, а прибуток більший. Проте перенесення робочих місць за кордон має і негативні наслідки як для однієї, так і для іншої сторін, що беруть участь в даному процесі. Економіка країни, яка активно виносить робочі місця за кордон, зростає швидко, а нові робочі місця в ній створюються повільно, внаслідок чого всередині країни загострюється проблема безробіття.

Телекомунікаційний чинник: в сучасному світі здійснено колосальний прорив в області комунікаційних технологій. Для того, щоб завоювати свою першу 50-мільйонну аудиторію, радіо знадобилося більше 38 років, телебаченню – 13, Інтернету – всього чотири роки. Якщо в 1995 р. серед його користувачів налічувалося 18 млн., у 1998 – 143, в 2001 – більш 700 млн., то нині їх кількість складає більше 1 млрд. У 1993 р. в «глобальній павутині» розташовувалося всього яких-небудь 200 Web-сайтів, а вже до кінця 2000-го – більше 20 млн. Поки що близько 80% всіх користувачів – це населення провідних країн світу, проте і в «третьому світі» темпи зростання користувачів Інтернету складає близько 100% на рік. Кількість користувачів в країнах Східної Європи і СНД від загальної кількості населення складає більше ніж 4%, що відповідає третьому місцю в світі по регіонах (США – 54%, інші країни ОЕСР – 28%) [3], тобто обганяючи, наприклад, країни Латинської Америки та АТР. Розвиток телекомунікаційних технологій і глобалізаційних процесів привів до виникнення можливостей пропозиції нового вигляду послуг. Розвиток глобальної мережі Інтернет сприяв тому, що персональний комп'ютер почав замінювати споживачеві безпосередній контакт із суб'єктом надання послуги. Через мережу Інтернет можна, наприклад, зробити переклад тексту, отримати сертифікат про ту або іншу освіту, сплатити рахунки, замовити обід додому, зробити покупку, відповідно до якої придбаний товар прийде поштою або кур'єрською доставкою, отримати мінімальну медичну або юридичну консультацію. При цьому технологія і характер послуги як процесу безпосереднього задоволення потреби змінюються, оскільки як посередник виступає не людина, а телекомунікаційна мережа, що включає в себе комп'ютерні системи споживача і виробника послуги, проміжні сервери, які здійснюють зберігання, фільтрування, обробку інформації, а також

самі пристрої передачі інформації. В результаті виникають ширші можливості для: а) стандартизації спілкування і отримання первинного запиту клієнта за допомогою стандартизації інтерфейсу відповідного сайту, форми запиту, поштової розсилки або генератора листів; б) адаптації інтерфейсу відповідно до культурних вимог країн мешкання клієнтів (мова, особливості дизайну, які враховують стереотипи поведінки, стандарти національної культури та облегшують сприйняття споживачем способів представлення інформації).

Структурний чинник: вплив процесу глобалізації на сферу послуг привів до розподілу її на два великі сектори – сектор традиційних послуг локального характеру (комунально-побутові, медичні і транспортні, що стосуються сухопутних засобів транспорту, послуги) та сектор інформаційних послуг, не прив'язаних до конкретного місця їх надання (банківські, телекомунікаційні, освітні, консультаційні послуги, послуги зв'язку, а також частково медичні і транспортні, що стосуються морського і повітряного видів, послуги). Завдяки телекомунікаційним засобам зв'язку, всі послуги, що носять характер надання або переміщення інформації, протягом декількох років набули глобального характеру.

Чинник концентрації розвинених послуг: в провідних країнах світу сфера послуг відображає найвищий рівень зайнятості, оскільки в дану сферу вкладаються значні інвестиції і завдяки цьому розвинені послуги поширюються по всьому світу. З іншого боку, лише в небагатьох центрах декількох країн, що побудували сучасні інформаційні суспільства, відбувається просторова концентрація послуг. Такими центрами стають найбільші агломерації людей – сучасні мегаполіси, основною ознакою яких перестає бути лише їх розмір. Він доповнюється ступенем концентрації в них послуг адміністративної, муніципальної і виробничої влади в рамках глобальної економіки. Завдяки цьому мегаполіси притягують до себе цілі країни та регіони. Концентрація зумовлює географічне перегрупування розвинених послуг, особливо тих, що обслуговують інноваційну економіку – діяльність, яка здійснюється на основі інноваційних продуктивних сил і інноваційних виробничих стосунків. В першу чергу це відноситься до банківських, фінансових, інформаційних, консалтингових послуг. Вектор розвитку зміщується в сучасні мегаполіси, що розширюються шляхом нового будівництва, а також за рахунок об'єднання і поглинання сусідніх міст, куди і переміщуються глобальні потоки послуг.

Чинник ефективності: глобалізація робить позитивний вплив на зростання продуктивності праці у сфері послуг, в першу чергу у зв'язку з масовим впровадженням інформаційних технологій у всіх її галузях, особливо в торгівлі, охороні здоров'я і фінансовій сфері. Знижуються і трансакційні витрати в процесі виробництва і реалізації послуг. Глобалізаційні процеси почали впливати на конкурентне середовище – у сфері послуг конкурують не лише національні підприємства, але й зарубіжні фірми зі своєю корпоративною культурою і західною школою обслуговування клієнтів. В той же час, слід мати на увазі, що не всі види послуг і форми обслуговування клієнтів допускають глобалізацію. Це відноситься до послуг, споживання яких визначається локальною культурою (звичаями, цінностями, традиціями, нормами поведінки тощо).

Світова торгівля послугами так само широко розвинена, як і міжнародна торгівля товарами, але має специфіку, яка витікає з ключових властивостей послуги: нероздільність виробництва і споживання, неоднорідність і мінливість якості, нездатність послуг до зберігання. Саме через невідчутність більшості послуг торгівлю ними іноді називають невидимим експортом або імпортом. Проте і в цьому випадку існує багато виключень. Сьогодні близько 20% всієї світової торгівлі припадає на торгівлю послугами. Світовий експорт послуг перевищує 2 трлн. доларів. Впродовж двох останніх десятиліть сфера послуг є одним з секторів світової економіки, що розвивається найдинамічніше. У світовій економіці спостерігається постійне зростання частки сфери послуг в сукупному ВВП, яка складає в теперішній час більше 70% від його загального обсягу і значно перевищує частку сфери виробництва товарів. Таке співвідношення є характерним як для економічно розвинених, так і для країн, що розвиваються, де значення даного показника складає, відповідно, 73 і 65%[3].

У найбільш розвинених країнах світу частка зайнятих у сфері послуг в даний час складає більше 70% від загальної чисельності зайнятих в економіці, а частка виробничих фондів основних галузей даної сфери перевищує 60%. У світовій торгівлі спостерігається постійне збільшення обсягів експортно-імпортних операцій у сфері послуг. Залежність економіки країни від торгівлі послугами показує питому вагу торгівлі послугами у ВВП країни. Наприк-

лад, його величина знаходиться в межах 10-15% для Великобританії, Фінляндії, Франції, Швейцарії, Швеції, в межах 5-10 % для США, Канади, Німеччини, ПАР, Австралії, Японії [3].

Таким чином, стійкість динаміки зростання світової торгівлі послугами визначається низкою довготривалих чинників процесу глобалізації, які надають домінуючий вплив на розвиток сфери послуг в усьому світі. На основі комп'ютеризації, інформаційних технологій, нових засобів комунікації виник і нестримно затвердився на ринках цілий спектр нових послуг, радикально оновлюються їх традиційні види, підвищуються якісні показники обслуговування. Розвиток сфери послуг стимулюють постійні структурні та ринкові трансформації на національних ринках, а також в напрямку лібералізації зовнішньоекономічної діяльності на світових ринках. Сучасна сфера послуг демонструє істотне підвищення свого внеску в економічне зростання та соціальний прогрес в усьому світі, що розширює попит на послуги з боку населення і сучасного господарства.

Література:

1. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: Учеб. пособ./ Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко. – М.: МАКС Пресс, 2007. – 528 с.
2. Буров А.С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг/ А.С. Буров. – М.: Изд-во "ЭКЗАМЕН", 2005. – 156 с.
3. Мировой рынок услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kanaev55.livejournal.com/61879.html

Аннотация

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Довгаль Е.А., д. э. н., профессор
Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина

В статье проанализированы факторы глобализации, которые оказывают доминирующее влияние на развитие сферы услуг: геополитические, психологические, трудовые, телекоммуникационные, структурные, факторы концентрации развитых услуг, факторы эффективности.

Ключевые слова: глобализация, сектор услуг, геополитический фактор, национальные рынки, мировые рынки.

Summary

FEATURES OF THE SERVICE SECTOR DEVELOPMENT UNDER PROCESS OF GLOBALIZATION

Dovgal E.A., PhD in economics
V.N. Karazin Kharkiv National University

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.

Key words: globalization, service sector, geopolitical factor, national markets, international markets.

Надійшла до редакції 04.02.2011 р.