

СФЕРА УСЛУГ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИНТЕНСИВНОГО
РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

СИМОНЯН Г. А.

SERVICE INDUSTRY AS REGION'S
INTENSIVE DEVELOPMENT
STRATEGIC FACTOR

SIMONYAN G. A.

The article analyses service industry as region's intensive development strategic factor.

В статье рассматривается сфера услуг как стратегический фактор интенсивного развития региона.

Keywords: service industry, strategy, region's development.

Ключевые слова: сфера услуг, стратегия, развитие региона.

УДК 338

Ключевой составляющей постиндустриальной экономики можно считать ускоренное развитие сферы услуг; именно услуги становятся главным продуктом труда, и именно потребление услуг выступает в качестве преобладающего способа удовлетворения потребностей человека. Резкое возрастание роли сервисных отраслей в общей структуре хозяйства знаменует переход от индустриальной стадии развития общества к следующей, отличной от предыдущего этапа развития. «Постиндустриальное общество основано на услугах. Если индустриальное общество определяется через количество товаров, обозначающее уровень жизни, то постиндустриальное общество определяется качеством жизни, измеряемым услугами и различными удобствами – здравоохранением, образованием, отдыхом и культурой, которые становятся желанными для каждого» [1, с. 171].

Этот тезис может быть легко подкреплён фактическими данными об изменении соотношения доли «услуг» и «традиционных товаров» в ВВП в наиболее развитых странах, которые первыми вступили на путь постиндустриального развития. В настоящее время доля услуг в экономическом балансе растёт во всем мире. Сфера услуг – и деловых, и персональных – начинает развиваться ускоренными темпами, значительно опережая по доле в национальном продукте первичный и вторичный сектора экономики. В среднем доля услуг в ВВП в наиболее развитых странах (США, Великобритания, Германия, Япония и др.) колеблется от 86 % до 66 %.

На современном этапе развития рыночной экономики в России не только для государства, но и для населения становится ясным, что роль сферы услуг как наиболее перспективного сектора экономики в дальнейшем будет только возрастать. С появившимся у граждан России с развитием рыночной экономики выбором ряд услуг воспринимается как равные или даже более необходимые, чем некоторые стратегические потребительские товары. Уже имеющаяся конкуренция в сфере услуг в некоторых наиболее развитых отраслях этого сектора экономики уже достигла

такого уровня насыщения рынка услуг, что постепенно выводит экономику крупных городов страны на новый качественный уровень предложения различных услуг.

Международная статистика свидетельствует о том, что торговля услугами явля-

ется одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства. Как показывают данные Международного валютного фонда (МВФ) в табл. 1, общий объем услуг составляет около 25 % величины всего мирового экспорта.

Таблица 1

Мировой экспорт услуг, млрд. долл. США [2, с.104]

Наименование показателя	Годы				
	1988	1990	1994	2004	2005
<i>Все виды услуг</i>	653,2	853,0	1100,0	1260,0	2400,0
<i>Транспорт</i>	167,4	209,2	250,4	315,0	630,0
<i>Путешествия</i>	190,1	246,9	321,1	415,0	900,0
<i>Правительственные услуги</i>	43,1	47,0	49,5	-	-
<i>Другие виды услуг</i>	252,4	349,9	479,1	530,0	870,0

Необходимо отметить, что абсолютная величина суммы услуг, отраженная в статистике МВФ, является заниженной по сравнению с реальной величиной. Это объясняется тем, что заниженными представляются расчеты расходов туристов, бизнесменов, дипломатов, студентов во время их пребывания за рубежом. Весьма затруднительно также рассчитать величину заработной платы, выплачиваемой иностранным рабочим и переводимой ими обратно в страну пребывания. Трудность подсчета связана и с тем, что, как правило, услуги предоставляются в комплексе с товарами. Причем стоимость услуги зачастую составляет значительную долю цены товара. Часто услуги фигурируют во внутрифирменном обмене. В этом случае выразить и определить их стоимость оказывается невозможным, так как для этих видов услуг вообще нет рынка и/или нельзя отделить услугу от товара.

Из статистического учета выпадают доходы по банковским и страховым операциям, если они реинвестированы в той же стране, в которой были получены. В связи с этим, по мнению ряда ученых, официальная статистика платежного баланса, в котором указывается ежегодный оборот по статье «Услуги», не может дать точного представления о масштабах международной торговли услугами, величина которых оказывается заниженной на 40–50 %.

На мировом рынке доминируют восемь ведущих стран, на долю которых приходится две трети мирового экспорта услуг и более 50 % импорта. Доля первой пятерки составляет более 50 % экспорта. При этом на четыре первые страны – США, Великобританию, Германию и Францию – приходится 44 % всего мирового экспорта услуг [1, с. 54].

Мировой банк регулярно проводит исследования под общим заголовком «Мировые показатели развития», в котором услуги разбиваются на четыре группы. По данным этих исследований, в период с 1990 г. по 2003 г. объем экспорта коммерческих услуг вырос почти в два раза – с 783,2 млрд. долл. до 1,570 трлн. долл. Самым крупным экспортером коммерческих услуг в мире является Евросоюз. В 2003 г. страны ЕС экспортировали услуг на сумму 686 млрд. долл. Далее следует Северная Америка (США и Канада) – 308,9 млрд. долл. и Азия – 321 млрд. долл., в том числе Япония – 64,9 млрд. долл.

Крупнейшим импортером услуг также являются страны Евросоюза, которые заплатили за услуги своим внешним партнерам в 2003 г. 668,7 млрд. долл., Северная Америка – 247,5 млрд. долл., в т. ч. США – 205,6 млрд. долл. и Азия – 366,8 млрд. долл., в т.ч. Япония – 106,6 млрд. долл.

Целесообразно, на наш взгляд, сопоставить темпы роста торговли товарами и услугами на протяжении последнего десяти-

летия. В период с 1990 г. по 2002 г. мировой экспорт товаров в среднем рос на 5 % в год, экспорт услуг – на 6 % в год. Доля экспорта услуг в целом в экспорте товаров и услуг характеризуется следующими данными: в 1990 г. экспорт товаров и услуг составил 4034 млрд. долл., в том числе услуг – 783 млрд. долл., т.е. доля услуг составила 19,4 %. В последующие годы доля экспорта услуг в общем экспорте товаров и услуг оставалась на уровне 19 %. Можно выделить следующие этапы развития сферы услуг в РФ: «командно-административный» – до 1992 г.; развитие сферы услуг в количественном направлении – 1992–2002 гг.; развитие сферы услуг в направлении постоянного улучшения качества и его контроля – 2002 г. и далее.

В условиях командно-административной экономики в России качество услуги не играло решающей роли: все услуги были «хорошими» и массовыми, а, как известно, массовость оказывает значительное влияние на качество в сторону ухудшения последнего. Сфера социальных услуг, существовавшая в ту пору, не обладала понятием «качества» и выбора, хотя несомненным плюсом было то, что их развитие финансировалось за счет бюджета. Сфера деловых услуг в этот период отсутствовала вовсе.

В период переходной экономики в России произошли первые положительные сдвиги в области сферы услуг. В числе положительных можно отметить появление в сфере услуг частного сектора экономики, увеличение количества предложений как новых, так и устоявшихся видов услуг, появление сферы деловых услуг.

Ключевое значение в сфере социальных услуг при переходе на рыночные отношения оказала коммерциализация услуг населению. При этом существенной проблемой, с которой столкнулись как предприятия, предоставлявшие данные услуги, так и население, у которого появилась возможность ими пользоваться, явилась финансовая проблема. Высокая себестоимость услуг, которая являлась следствием необходимости применения дорогостоящего импортного оборудования и технологий, а также низкие доходы населения оказывали существенное влияние на развитие сферы услуг в этот период. Существенное влияние на развитие сферы деловых и социальных услуг оказал процесс «открытия границ» и возможность при-

менения зарубежного опыта в российской практике.

Третий этап развития сферы услуг, который условно начинается с 2002 г., можно определить как современное развитие сферы услуг. Основные тенденции развития сферы услуг в России позволяют говорить об интеграции ее в мировую торговлю услугами, хотя и со значительным отставанием от развитых стран.

Таким образом, проследив этапы развития сферы услуг в России, можно утверждать, что роль данной сферы постоянно возрастает и в дальнейшем имеет тенденцию к стремительному развитию.

Сфера услуг стала в последнее десятилетие важной составляющей как мировой экономики, так и экономики нашей страны. Если в 1990 г. в России отрасли сферы услуг давали примерно 50 % добавленной стоимости материального производства, то уже в 1997 г. – больше, чем все материальное производство в целом. Сфера услуг сосредоточивает в развитых странах в среднем до 3/4 занятого городского населения. Именно в сфере услуг трудится примерно 2/3 квалифицированных специалистов, имеющих высшее профессиональное образование [3, с. 38].

К основным причинам роста потребностей в услугах относятся повышение качества жизни, рост материального обеспечения и расширение доли среднего класса в обществе, увеличение свободного времени у потребителей, урбанизация, делающая необходимыми все новые виды услуг, демографические изменения, ведущие к увеличению числа детей и пожилых людей, которые нуждаются во многих специфических услугах, технологические изменения, повышающие качество и разнообразие сервиса. Постоянное возрастание значения сферы услуг в современной экономике ставит множество новых задач, связанных с разработкой адекватных подходов к менеджменту организаций, предоставляющих, в частности, социальные услуги. Последние изменения в экономической и политической обстановке России повлекли за собой необходимость структурных изменений во многих отраслях хозяйственной деятельности, а также в системе управления ими. Направленное воздействие государства на развитие сферы услуг имеет важное значение для экономики различных регионов страны. Кроме того, реструктуризация рынка сферы услуг, проводимая в настоящее время, тре-

бует особого подхода со стороны государственных структур [4].

С переходом к рыночным отношениям и потерей государственной монополии в ряде отраслей экономики частичное отсут-

ствие вертикали власти привело к разобщению, потере связей, несовпадению интересов участников различных сфер деятельности, в том числе и в сфере услуг.

Литература

1. Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. И.П. Фаминского. М.: Международные отношения, 2000. 559 с.
2. Актуальные проблемы развития сферы услуг : Сб. науч. тр. Вып. 6 / Федер. агентство по образованию, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, каф. экономики и упр. соц. сферой ; [под ред. А.Б. Титова]. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2008. 232 с.
3. Белоусов Р.А. Рост экономического потенциала. М.: Наука, 2001. 218 с.
4. См.: Романова Г.М., Боков М.А., Шарафутдинов В.Н. Методические основы расчета интегрированного показателя уровня развития туристского центра мирового уровня (ТЦМР) как основы для разработки стратегии маркетинга // Вестник СГУТиКД. 2008. № 1–2. С. 6–26; Романова Г.М., Нубарян Г.Д. Показатели туристского центра мирового уровня // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 13–24; Романова Г.М. Региональное планирование развития туристско-рекреационных зон // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2003. Т. 3. № 5. С. 279–288.

Сведения об авторе:

Симонян Гарник Айкарамович,
д-р экон. наук, заместитель директора
СНИЦ РАН, профессор кафедры экономики и
управления СГУТиКД (Сочи).