
Е.В. ДЕМЧЕНКО

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ УСЛУГ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Рынок услуг в большинстве развитых стран мира занимает доминирующее положение. Например, в США около 65 % валового национального продукта, 70 % рабочей силы и 50 % бюджета семьи приходится на сферу обслуживания. Количество видов услуг на мировом рынке превышает 600. Наибольшее значение в мировой торговле услугами в настоящее время имеют туризм, транспорт, информационно-коммуникационные и страховые услуги. Расширяется и доля сектора финансовых услуг, в том числе экспортного кредитования. Оно охватывает от 12 до 29 % всего объема экспорта развитых стран. На сектор информационных услуг приходится около 20 % акционерного капитала США, 18 % — Великобритании, 14 % — Швеции, 11 % — Германии, 8 % акционерного капитала Японии (Managing and Marketing Services / Ed. R. Teare. London, 1996. P. 10.). В современной экономической ситуации возможности выхода Республики Беларусь на международный рынок услуг ограничены. Это связано не только с системой государственного регулирования сферы услуг в различных странах, но и со специфическими особенностями самих услуг.

Международный рынок услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, наличием практически сложившихся международных товарных рынков, постоянно увеличивающимся спросом на услуги, высокой их доходностью. Кроме того, различные секторы международного рынка услуг в силу их специфичности отличаются условиями функционирования, уровнем и степенью конкуренции, составом конкурирующих стран. Поэтому выход на международные рынки услуг предполагает комплексную реализацию маркетинговых стратегий, обеспечивающих конкурентные преимущества услуг.

Международный маркетинг в сфере услуг имеет специфические особенности, которые необходимо учитывать при реализации маркетинговых стратегий. Кроме того, выход на международный рынок услуг характеризуется более высокой степенью риска по сравнению с риском на товарных рынках. Это обусловлено необходимостью: преодоления экономических, правовых ограничений; адаптации к условиям региональных, национальных рынков; деятельностью на внутреннем рынке иностранных участников.

Повышенная степень риска в сфере услуг на международном рынке прежде всего определяется их спецификой, связанной с совпадением по времени производства и потребления услуг, что не соответствует традиционному пониманию экспорта и импорта, используемому во внешней торговле товарами. В связи с этим при разработке маркетинговой стратегии целесообразно уделять внимание непосредственному взаимодействию с потребителями. Одновременно необходимо обеспечивать контроль за качеством оказываемых услуг, подбором и обучением персонала. Говоря о проблемах адаптации предприятий сферы услуг к условиям внешнего рынка, следует учитывать психологический фактор, который связан с общепринятым негативным отношением к их деятельности со стороны правительственных и государственных организаций и основной группы потребителей. Это связано с доминирующим мнением о негативном влиянии предприятий сферы услуг на экономические процессы этих стран и безопасность в целом. Поэтому некоторые виды деятельности иностранных компаний в сфере услуг, например, рекламная, консультационная, юридическая по сте-

пени риска следуют за компаниями, занимающимися добычей ресурсов (самая рискованная отрасль).

Ограничения в сфере услуг на международном рынке затрагивают различные аспекты деятельности предприятий. Как правило, регулируются показатели объемов реализации услуг, доходов от прямых инвестиций в предприятия этой сферы. Ограничения в основном распространяются на финансовые, страховые, транспортные, консультационные услуги. В сфере услуг они осуществляются иностранными государствами для поддержки развития национальных отраслей, сохранения контроля над наиболее важными отраслями сферы услуг в виде ответных мер по отношению к странам, проводящим дискриминационную политику в данной области, а также с целью улучшения показателей национального платежного баланса.

Причины активного регулирования сферы услуг достаточно объективны: специфическая природа услуг. Они призваны удовлетворять не только индивидуальные, но и общественные потребности;

выраженная структурная дифференциация сферы услуг; достаточно высокая степень централизации контрольных функций над деятельностью ее основных отраслей (включая отрасли, предоставляющие рыночные и нерыночные услуги). Такой контроль в основном осуществляется со стороны крупных многопрофильных и транснациональных компаний, которые и определяют ситуацию на рынке услуг.

Во многих странах транспорт, связь, наука, здравоохранение, образование находятся в полной или частичной собственности государства или строго им регламентируются. Государственное регулирование может происходить в различных формах. Это дотирование потребителей, например, жилищные кредиты, медицинское страхование, кредиты на образование. Кроме того, государственное регулирование может проявляться в форме дотирования производителей услуг, например, поддержка образования, здравоохранения. Помимо этого, в отдельных отраслях сферы услуг может преобладать государственная собственность на факторы производства.

Регулирование сферы услуг осуществляется на трех уровнях: национальном, двух- и многостороннем. Национальное регулирование рынка услуг связано с политическими, социальными, экономическими факторами развития страны. Это занятость населения, поддержка внутренних предпринимателей, учет интересов национальной обороны и т.д.

В мировой практике направления национального регулирования услуг стандартизированы. Так, конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) выделяет шесть направлений национального регулирования:

- меры по ограничению операций с иностранной валютой в целях улучшения состояния платежного баланса страны. Сюда относятся определенные правила обмена валюты, ограничение сумм, вывозимых за границу;
- система государственных закупок, направленная на расширение потребления услуг национального производства, например, транспорт, связь и др.;
- стимулирование развития национальных отраслей услуг путем предоставления льгот в целях повышения их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке — субсидии, льготные кредиты, льготное налогообложение, например, морской, авиационный транспорт. Иногда в договорах, заключаемых на государственном уровне, может быть требование доставки грузов национальным транспортом;
- меры, ограничивающие прямые иностранные капитальные вложения в интересах укрепления национальных отраслей сферы услуг, например, страхование, банковская деятельность, реклама и т.д.;
- меры по ограничению найма иностранных граждан иностранными фирмами. В некоторых странах запрещено занимать руководящие посты в иностранных фирмах иностранным гражданам;
- меры по дифференцированному налогообложению иностранных предприятий.

Помимо этого разрабатываются специальные меры для регулирования отдельных видов услуг:

- ограничение или запрет на импорт определенных услуг. Например, внутренние авиаперевозки практически во всех странах осуществляют авиакомпании страны. В условиях кризиса в Болгарии компания “Люфтганза” выплачивала правительству по 30 долларов за каждого пассажира. Иногда ограничивается телерадиовещание на определенном языке. Так, в Латвии 70 % телерадиовещания должно быть на латышском языке;

- установление определенных рамок для деятельности иностранных компаний на внутреннем рынке, например, иностранные юристы могут давать консультации только по международному праву;

- регулирование отдельных отраслей сферы услуг, например, лицензирование, аккредитация.

Двухсторонний уровень регулирования сферы услуг предполагает заключение договоров по созданию режимов наибольшего благоприятствования.

В многостороннем регулировании сферы услуг разрабатываются соглашения в рамках международных организаций широкого профиля (ЮНКТАД, ВТО) и в рамках специализированных межправительственных организаций, например, международной гражданской авиации (ИКАО), Всемирной туристической (ВТО), Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА).

Международная организация гражданской авиации создана 7 декабря 1944 г. в результате подписания Конвенции о международной гражданской авиации в г. Чикаго. В настоящее время членами ИКАО являются 185 государств. Республика Беларусь вступила в ИКАО 4 июня 1993 г. Национальная авиакомпания “Белавиа” стала членом ИАТА с августа 1997 г.

Международная ассоциация воздушного транспорта устанавливает единые тарифы на воздушные перевозки. Деятельность по координации тарифов заключается в обсуждении авиакомпаниями уровней, условий применения тарифов, а также размеров комиссионных при продаже перевозок. Тарифы разработаны между всеми крупнейшими аэропортами мира, публикуются в справочниках ИАТА и называются опубликованными тарифами. Неопубликованные рассчитываются с использованием опубликованных тарифов. Величина пассажирских тарифов устанавливается в валюте страны начала перевозки или долларах США для отдельных стран с неустойчивой валютой. Грузовые тарифы также выражаются в валюте страны начала перевозки или в долларах США.

В Республике Беларусь на национальном уровне действуют различные методы регулирования сферы услуг. Это прежде всего лицензирование отдельных видов услуг, например, риэлтерских, посреднических. Кроме того, осуществляется регулирование цен в социально значимых отраслях сферы услуг, например, в бытовом обслуживании.

Литература

- Ламбен Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. СПб., 1997.
Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996.
Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. СПб., 2000.