

УДК 911.3:339.56(100)

ТРАНСФОРМАЦИИ МАКРОРЕГИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

© 2015 г. И.Н. Панкратов

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет Москва, Россия; ip1902@yandex.ru

Поступила в редакцию 15.12.2014 г.

На фоне глобализации многие исследователи и наблюдатели склонны утверждать, что международная торговля становится все более глобальной. В реальности это не так. Данная статья устанавливает критерии – доля региональной торговли и уровень соответствия географической структуры экспорта региона (или страны) географической структуре мирового импорта – которые позволяют выяснить, действительно ли международную торговлю сегодня можно характеризовать как подлинно глобальную.

Результаты исследования показывают, что многие страны более склонны вести торговую деятельность с региональными партнерами, а не с государствами из других регионов. Кроме того, статья рассматривает особенности географической структуры международной торговли товарами разных продуктовых групп и показывает, что для сырья и топлива характерна межрегиональная торговля, в то время как готовым изделиям и полуфабрикатам более свойственен региональный обмен.

В связи с тем, что внутриотраслевая торговля является одной из важнейших черт современного этапа глобализации, настоящая статья рассматривает международный обмен продукцией автомобильной отрасли, бытовой и офисной электроникой, одеждой и мебелью в качестве примеров подобных взаимодействий. В результате расчетов было установлено, что внутриотраслевая торговля более свойственна технологически сложным отраслям, в то время как межотраслевой обмен более характерен для трудоемких отраслей.

В заключении статьи приводится классификация стран по характеру географической структуры их экспорта. В ней показано, что сегодня внешняя торговля лишь небольшого числа стран может быть охарактеризована как подлинно глобальная.

Ключевые слова: глобализация, регионализация, международная торговля, единичное разделение труда, вертикальная торговля, внутриотраслевая торговля, полуфабрикаты, готовые изделия, классификация внешней торговли стран, географическая структура экспорта, индекс Грубеля–Ллойда.

На современном этапе мирового развития, в условиях нарастания интеграционных процессов и постиндустриальной трансформации, структура международной торговли претерпела целый ряд изменений географического, товарного и организационного характера, представляющих особый интерес в свете углубления географического разделения труда и повышения роли мирохозяйственных взаимосвязей в национальной экономике. За последние годы в отечественной науке появился ряд работ, посвященных проблемам развития мировой торговли в условиях глобализации, в которых рассматриваются теоретические [2] и исторические [4, 5] аспекты внешнеторговых взаимодействий, влияния на них географического

положения [1, 7] и процесса интернационализации производства [8]. В то же время в отечественной литературе довольно мало работ, в которых авторы пытаются рассмотреть реальный уровень глобализации международной торговли методами пространственного анализа; как правило, степень глобализации определяется достаточно формально – через отношение экспорта к ВВП. В настоящей статье рассмотрены структурные и территориальные сдвиги в международной торговле в конце XX – начале XXI вв. и предложены пространственные показатели для определения степени ее глобализации.

Одним из важнейших преобразований в географии мировой торговли в 1970–2011 гг. яви-

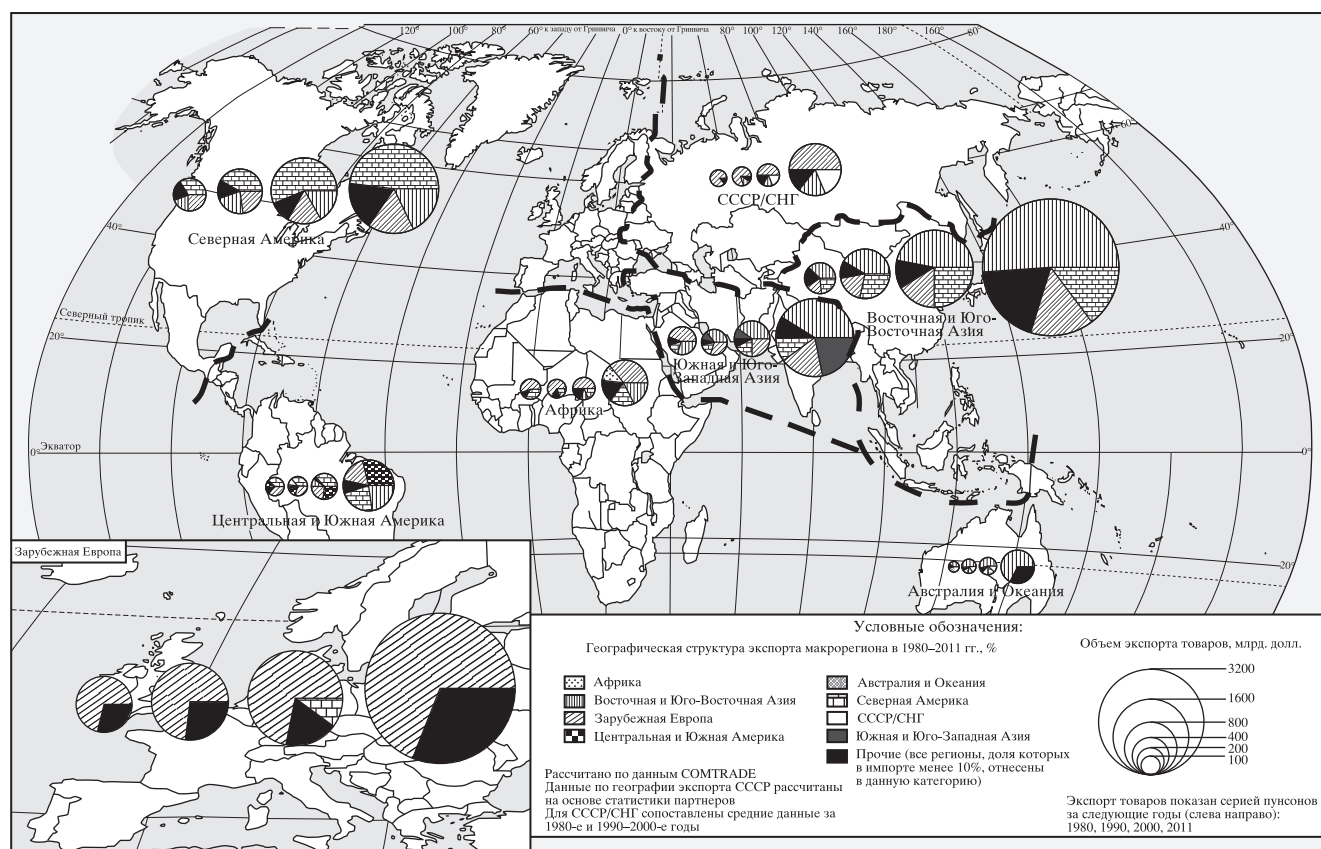


Рис. 1. Динамика географической структуры мирового экспорта товаров в 1980–2011 гг.

лось значительное повышение удельного веса Зарубежной Азии (главным образом, Восточной и Юго-Восточной Азии) в мировом экспорте при ослаблении позиций Зарубежной Европы и Северной Америки. Если в 1970-х гг. на первый регион приходилось 16–17 % мировых поставок, то в XXI в. показатель вырос более чем вдвое и достиг 35–40 %. За рассматриваемый период удельный вес Зарубежной Европы в мировом экспорте сократился с 48–50 % до 35 %, а Северной Америки – с 19 % до 13 %. Среди причин произошедших сдвигов – низкая стоимость рабочей силы, играющая зачастую решающую роль в международном разделении труда, опережающее развитие экономик Восточной и Юго-Восточной Азии, их активное участие в региональных и глобальных производственных “цепочках”, создание новых брендов и т. д. Обращает на себя внимание ярко выраженный “эффект замещения”: снижение доли стран Запада на 20 процентных пунктов при росте доли стран Востока примерно на ту же величину, удельный вес остальных регионов мира оставался достаточно стабильным.

В последние десятилетия для большинства макрорегионов мира были характерны опреде-

ленные изменения в географии экспорта (рис. 1). В 1970–1980-е гг. важнейшим рынком сбыта для большинства макрорегионов стала Зарубежная Европа: для половины из них данный рынок находился на первом месте, а для остальных – на втором (за исключением Восточной и Юго-Восточной Азии). В дальнейшем происходило снижение роли этого региона, и уже в 2000-е гг. для многих контрагентов он стал вторым и даже третьим по значимости рынком сбыта. На этом фоне наблюдался устойчивый рост Восточной и Юго-Восточной Азии в качестве рынка сбыта. Главными контрагентами, в значительной степени переориентировавшими на него свои экспортные потоки, стали Африка, Центральная и Южная Америка, Австралия и Океания, а также Южная и Юго-Западная Азия.

Другими регионами, увеличившими свое значение в качестве пунктов назначения экспорта, стали страны СНГ, а также Южная и Юго-Западная Азия, однако произошло это главным образом за счет развития региональной¹ торговли.

¹ Здесь и далее по тексту статьи, отнесение страны к тому или иному региону мира выполнено в соответствии с рис. 1.

Важным пунктом назначения экспорта остается Северная Америка, позиции которой в последние несколько десятилетий характеризовались колебаниями (рост в 1970–1980-е гг. и сокращение в 1990–2000-е гг.), обусловленными снижением удельного веса региона в поставках из Восточной и Юго-Восточной Азии, которое было компенсировано ростом значения региональной торговли. Характерная черта географической структуры международных экспортных потоков – сокращение или стабильно низкое значение в качестве рынков сбыта таких регионов, как Африка, Центральная и Южная Америка, а также Австралия и Океания.

Существенное изменение географической структуры экспорта, связанное с резкой переориентацией внешнеторговых потоков, было характерно для регионов, поставляющих преимущественно сырье и топливо: Африка, Южная и Юго-Западная Азия, Австралия и Океания, Центральная и Южная Америка.

Для регионов-поставщиков готовых изделий и полуфабрикатов² переориентация потоков не носила столь радикальный характер. Это во многом объясняется повсеместной востребованностью сырьевых товаров, а также отсутствием необходимости адаптировать продукт к особенностям местного спроса. Выход на новые рынки с товарами обрабатывающей промышленности, как правило, является гораздо более трудной задачей в связи с существованием различных потребительских предпочтений в разных регионах мира.

Сегодня, как и 40 лет назад, наибольшее значение в качестве рынка сбыта большинство макрорегионов имеют лишь для стран, входящих в их состав, причем подобная закономерность для некоторых макрорегионов (Африки, Южной и Юго-Западной Азии) стала актуальной лишь с 1990-х гг.

Современная международная торговля носит скорее региональный (между странами одного макрорегиона), нежели глобальный характер. При этом переключение торговых потоков на другие рынки сбыта и поставщиков за рассматриваемый период привело к росту непропорциональности внешнеторговых взаимодействий. В начале XXI в. международная торговля стала чуть менее региональной и более глобальной, однако по сравнению с тремя-четырьмя предшествующими десятилетиями степень ее “региональности”

практически не изменилась и в целом составляет более 50 %.

Значение региональной торговли за период 1970–2011 гг., несмотря на колебания от года к году, возросло почти для всех регионов, а в некоторых из них, таких как Африка, Восточная и Юго-Восточная Азия, а также Южная и Юго-Западная Азия, наблюдался ее устойчивый рост. Кроме того, региональные партнеры сегодня представляют собой важнейший рынок сбыта для половины из представленных регионов (Зарубежной Европы, Северной Америки, Восточной и Юго-Восточной Азии, Центральной и Южной Америки), а еще для двух (СНГ и Южной и Юго-Западной Азии) они являются вторыми по значимости.

Удельный вес и специфика региональной торговли в общем случае зависят от социально-экономического развития партнеров по региону – от размера их рынка, уровня покупательной способности населения, а также от продуктового состава экспорта той или иной страны. Высокий уровень экономического развития, как правило, способствует интенсивному региональному обмену товарами. Сырьевые товары и топливо с более высокой степенью вероятности могут быть перевезены на большие расстояния в связи с повсеместным спросом на данную продукцию и отсутствием необходимости ее адаптации к особенностям местного спроса. Яркими примерами подобной логики могут служить Австралия и Океания, Африка, СНГ, а также Южная и Юго-Западная Азия, где доля региональной торговли невелика.

Ориентация на массовый спрос в выпуске товаров обрабатывающей промышленности позволяет экспортировать их на значительные расстояния и не способствует развитию региональной торговли, особенно в тех случаях, когда другие страны региона также делают ставку на этот сегмент рынка. В то же время ориентация на специфические особенности местного спроса ограничивает перевозку на большие расстояния, несмотря на то, что такой “индивидуализированной” продукции на рынках соседних стран часто приходится конкурировать с аналогичными товарами.

Основная причина высоких показателей доли региональной торговли в Восточной и Юго-Восточной Азии (51 %) связана с различиями в обеспеченности факторами производства между странами, их взаимодополняемостью, что наряду с относительно небольшими расстояниями позволяет эффективно использовать сравнительные преимущества во внешней торговле. В Зарубеж-

² Полуфабрикаты – изделия, подлежащие дальнейшей переработке и включению в состав готовых продуктов, прошедшие один или несколько этапов первоначальной обработки.

Таблица 1. Динамика коэффициента соответствия географической структуры экспорта региона географической структуре мирового импорта³ в 1970–2011 гг., %

Регионы	Годы							
	1970	1980	1990	2000	2007	2009	2010	2011
Африка	32	48	36	42	25	25	26	24
Восточная и Юго-Восточная Азия	75	66	64	51	53	53	50	48
Зарубежная Европа	39	51	54	67	64	65	68	69
Центральная и Южная Америка	60	55	60	70	64	61	54	60
Австралия и Океания	63	79	87	87	87	92	92	92
Северная Америка	56	52	59	65	72	71	72	73
СССР/СНГ	54	79	62	71	69	61	61	61
Южная и Юго-Западная Азия	29	35	46	49	64	61	59	57

Рассчитано и составлено по [20].

ной Европе (69 %) – это высокоразвитый и взыскательный спрос, ориентация на производство качественно разнородной продукции, специализация и кооперация, отсутствие пошлин для большинства стран региона, а также историческая традиция [14].

Значительная часть товаров, циркулирующих сегодня на мировом рынке, – это готовые продукты, большая часть которых – потребительские изделия. В этом случае региональная торговля приобретает особое значение. Региональные контрагенты лучше осведомлены о вкусах и предпочтениях друг друга, а некоторые особенности потребления готовых изделий носят во многом местный, региональный характер. Как утверждает Л.В. Смирнягин, существует та часть ценности товара, оценить которую можно лишь после некоторого периода использования, “она не очевидна и зависит от свойств самого потребителя – его вкусов, способностей освоить товар и т. п.” [6]. Передача такой информации, будучи сложно кодифицируемой, нуждается в личных связях и доверии.

Существует немало практических работ, посвященных изучению таких понятий, как “вязкость и трение” пространства – определению затрат, обусловленных нахождением контрагентов на расстоянии друг от друга. Так, Д. Хаммелс приводит следующие расчеты: “Для товаров обрабатывающей промышленности каждый день перевозки добавляет порядка 0.8 % к стоимости товара, что

превращается в 16 % при средней длине морской перевозки. Расчеты показывают, что каждый дополнительный день морской перевозки уменьшает вероятность экспорта страны в США на 1 % для всех товаров и на 1.5 % для товаров обрабатывающей промышленности” [15].

Помимо увеличения дальности торговых взаимодействий, выражающегося в том числе и в увеличении доли межрегионального обмена, глобализация международной торговли предполагает рост пропорциональности взаимодействий между всеми участниками внешней торговли. Для количественного определения и отслеживания динамики этого явления автором был рассчитан коэффициент соответствия географической структуры экспорта (импорта) макрорегионов географической структуре мирового импорта (экспорта), а также проанализирована его динамика. Данный коэффициент рассчитывался по формуле:

$$K_j = \sum (|A_{ij} - B_i|),$$

где K_j – коэффициент соответствия географической структуры экспорта (импорта) макрорегиона j географической структуре мирового импорта (экспорта), A_{ij} – доля макрорегиона i в экспорте (импорте) макрорегиона j , B_i – доля макрорегиона i в мировом импорте (экспорте).

За последние десятилетия отклонение географической структуры экспорта от географической структуры мирового импорта увеличилось для половины регионов (табл. 1), что свидетельствует об усилении непропорциональности международных торговых взаимодействий, причем во многих случаях подобное усиление обусловлено сохраняющейся или растущей ориентацией на региональные рынки сбыта.

³ Коэффициент соответствия географической структуры экспорта региона географической структуре мирового импорта может принимать значения от 0 (максимальное соответствие) до 200% (минимальное соответствие) [13]. Рост значений в ряду свидетельствует об усилении несоответствия географической структуры экспорта того или иного региона географической структуре мирового импорта.

В случае с Зарубежной Европой и Северной Америкой подобный рост отклонения обусловлен сохраняющейся ориентацией на региональную торговлю при малозаметном переключении потоков на новые рынки сбыта, прежде всего, на Восточную и Юго-Восточную Азию. Кроме того, ориентация на региональный обмен, связанная с развитием интеграционных процессов в рамках ЕС и НАФТА, вкупе с особенностями товарной структуры экспорта, специализированного на высококачественной продукции, соответствующей потребностям местного спроса, сдерживает их внешнеторговое взаимодействие друг с другом.

Другими регионами, для которых характерна аналогичная тенденция, являются Австралия и Океания, а также Южная и Юго-Западная Азия. В первом случае основной причиной послужила гипертрофированная ориентация потоков на Восточную и Юго-Восточную Азию, куда сегодня направляется $\frac{2}{3}$ экспорта Австралии и Океании. Что касается второго региона, то здесь причина кроется в радикальной переориентации потоков с Зарубежной Европы на Восточную и Юго-Восточную Азию, а также в резком усилении регионального обмена, заметно превосходящего по своей динамике рост удельного веса рассматриваемого региона в мировом импорте.

Географическая структура экспорта Восточной и Юго-Восточной Азии, а также Африки и СНГ, напротив, стала лучше соответствовать географической структуре мирового импорта. Первый из упомянутых регионов сегодня выступает крупнейшим производителем различных видов продукции массового спроса, востребованной на всех основных рынках сбыта. В связи с превращением КНР и других стран региона в крупный потребительский рынок растущая в последние годы доля региональной торговли не усилила несоответствие географической структуры экспорта Восточной и Юго-Восточной Азии географической структуре мирового импорта.

Географическая структура экспорта африканских стран стала полнее соответствовать географической структуре мирового импорта в связи с переориентацией потоков с Зарубежной Европы на Восточную и Юго-Восточную Азию. Что касается стран СНГ, то их лучшее соответствие обусловлено не переориентацией потоков, а уменьшением расхождения за счет снижения удельного веса Северной Америки в мировом импорте (доля этого региона в экспорте СНГ сравнительно невелика). Ситуация в Центральной и Южной Америке с некоторыми колебаниями оставалась в целом

стабильной на протяжении последних десятилетий.

Процессы регионализации в международной торговле имеют под собой более фундаментальные основания, нежели взаимодействие в рамках преференциальных торговых соглашений [12]. Анализ географической структуры торговли членов крупнейших интеграционных объединений показал, что после вступления страны в состав регионального объединения она вовсе не обязательно меняется в сторону усиления торговых связей с другими участниками данной интеграционной группировки. Особенно наглядным в этом отношении является пример Европейского Союза, где доля государств ЕС–15 в экспорте большинства новых стран-членов после их присоединения к ЕС не только не увеличилась, но, напротив, даже уменьшилась. В то же время снижение доли внутрирегиональной торговли в рамках географического региона Зарубежной Европы было менее резким. Примеры ЕС и АСЕАН свидетельствуют о том, что процессы регионализации в большей степени приурочены к экономико-географическим, нежели “экономическим” регионам, границы которых очерчены преференциальными торговыми соглашениями. Используя известный афоризм, можно сказать, что торговля не следует за флагом [5].

Долгое время соглашения о преференциальной торговле заключались, преимущественно, между странами одного региона, что создало довольно прочную ассоциацию между такими соглашениями и регионализмом. Между тем, такие альянсы за последние годы перешагнули через региональные границы. Половина соглашений, действующих на сегодняшний день, не являются региональными в строгом смысле слова, так как они включают государства из других регионов [18]. Несмотря на это, внутрирегиональные обмены сохраняют ключевое значение в мировом хозяйстве.

Анализ динамики коэффициента соответствия географической структуры экспорта новых стран-членов ВТО географической структуре мирового импорта⁴ также показал, что вступление в эту организацию вовсе не обязательно приводит к пропорциональному распределению их экспорта между рынками сбыта. Для девятнадцати стран (более 47 % от проанализированных) было зафиксировано усиление несоответствия географической структуры экспорта географической структуре мирового импорта после вступления в ВТО. Среди причин этого явления следует назвать

⁴ В случае расчета данного коэффициента для стран мировой импорт берется без импорта рассматриваемой страны.

Таблица 2. Динамика и товарная структура мирового экспорта в 1995–2011 гг.

Тип ⁵ продукта	1995 г.		2000 г.		2007 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.	
	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%
Готовые продукты	2138	41.8	2692	42.2	5737	41.0	5326	42.6	6145	40.4	6931	38.0
Полуфабри- каты	2390	46.7	2797	43.8	5732	41.0	4908	39.3	6078	39.9	7168	39.3
Сырье	225	4.4	209	3.3	528	3.8	503	4.0	701	4.6	904	5.0
Топливо	366	7.1	685	10.7	1991	14.2	1763	14.1	2291	15.1	3227	17.7
Всего	5119	100.0	6382	100.0	13 989	100.0	12 500	100.0	15 216	100.0	18 229	100.0

Рассчитано по данным [20].

узкий продуктовый спектр экспорта, устоявшиеся связи с внешними партнерами, а зачастую также весьма значительную степень контроля над их внешней торговлей со стороны ТНК, которые вывозят производимую на своих филиалах продукцию в страны базирования или на прочие нужные им рынки, следуя собственной корпоративной стратегии [17].

В товарной структуре международной торговли за 1995–2011 гг. произошли изменения, выразившиеся в сокращении удельного веса полуфабрикатов и росте доли топлива, при этом указанные изменения имели специфические региональные особенности. Доля готовых изделий в международном обмене за рассматриваемый период в целом оставалась стабильной – 40–42 %, только в последние годы в условиях экономического кризиса она несколько сократилась (табл. 2). В начале 2000-х гг. известное снижение относительной величины было характерно для сырья, однако в связи с ростом цен, начавшимся несколько лет назад, данной группе товаров удалось вернуться к прежним показателям и даже их превысить.

“Готовые продукты” и “полуфабрикаты” – две важнейшие товарные группы в мировой торговле, примерно равные по стоимости, а в отдельные годы торговля полуфабрикатами даже превосходит торговлю готовыми изделиями. При этом очевидно, что стоимость полуфабрикатов по определению всегда ниже стоимости готовых изделий, произведенных с их использованием. Такая картина свидетельствует о высоком уровне развития международного единичного разделения труда, при котором комплектующие изделия неоднократно пересекают государственные гра-

ницы (в силу сложности многих видов продукции). В ряде случаев имеет место высокая степень географической концентрации производства некоторых видов полуфабрикатов, которые затем экспортируются на сборочные предприятия, расположенные на крупных рынках сбыта, где потребляется значительная часть производимых готовых изделий.

Более половины экспорта готовых изделий носит региональный характер, причем данный показатель остается стабильно высоким на протяжении 1995–2011 гг. (рис. 2).

Для многих экспортеров региональные контрагенты выступают важнейшими рынками сбыта рассматриваемой группы товаров. Несмотря на то, что именно готовые продукты посредством брендов являются одними из ключевых проводников глобализации, обеспечивая повсеместное узнавание товара и формируя одинаковые потребительские вкусы, их сбыт сегодня не носит ярко выраженного глобального характера.

Для пяти регионов мира (Восточной и Юго-Восточной Азии, Зарубежной Европы, Северной и Латинской Америки, СНГ) региональные контрагенты занимают первое место в качестве рынков сбыта готовых изделий. Роль региональных партнеров со временем не только не ослабла, но в некоторых случаях даже усилилась: за рассматриваемый период они повысили свою значимость для Африки, Центральной и Южной Америки, СНГ, а также Южной и Юго-Западной Азии. Таким образом, у регионов с изначально низкой долей регионального обмена указанный показатель рос по мере развития экономики стран региона и их внутреннего рынка, в то время как для регионов с изначально высокой долей этот показатель несколько снизился.

⁵ Распределение товаров по типам производилось на основе классификации ВЕС (Broad Economic Categories – Широкие Экономические Категории).

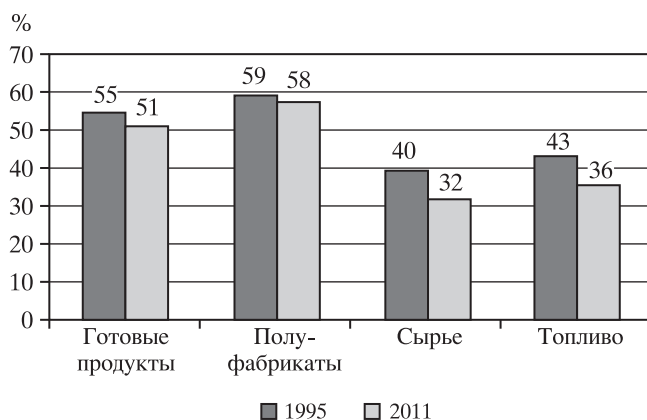


Рис. 2. Динамика доли региональной торговли в мировом экспорте продукции разного уровня переработки (по [20]).

С географической точки зрения, экспорт и импорт готовой продукции не являются абсолютно симметричными друг другу. В частности, для большинства регионов мира характерна более низкая доля региональной торговли в импорте готовой продукции по сравнению с таковой в их экспорте. Региональные партнеры служат лишь вторыми или третьими по значимости поставщиками рассматриваемой продукции для большинства регионов. Впрочем, в конце XX – начале XXI вв. произошли определенные сдвиги в сторону повышения значения региональных контрагентов (для Африки, Восточной и Юго-Восточной Азии, Центральной и Южной Америки, СНГ, Южной и Юго-Западной Азии). Подобное соотношение региональной компоненты в экспорте и импорте готовых изделий может свидетельствовать о географической концентрации производства готовых изделий в определенных регионах мира, обладающих эффектом “домашнего рынка”, и повсеместном потреблении некоторых из них. Определенное значение имеют также процессы дифференциации спроса.

Для географической структуры экспорта полуфабрикатов характерно доминирование региональной торговли. Так как узлы и компоненты являются наиболее технологически сложными изделиями, которые далеко не все страны могут производить самостоятельно, то торговлю ими можно рассматривать отчасти как объективную необходимость, что роднит ее с международным обменом сырьем или топливом. Несмотря на это, высокая доля региональной торговли говорит о том, что использование дешевых факторов производства по всему миру и функционирование международных производственных комплексов ТНК происходит скорее на региональном, нежели на глобальном уровне. Для большинства макроре-

гионов (Восточная и Юго-Восточная Азия, Зарубежная Европа, Центральная и Южная Америка, Северная Америка, Южная и Юго-Западная Азия) соседи по региону являются первыми по значимости рынками сбыта, причем в ряде случаев за 1995–2011 гг. им удалось повысить собственную значимость в качестве торговых партнеров.

Причины тому – транспортные издержки, которые возрастают по мере многократного пересечения узлами и комплектующими государственных границ, различия в часовых поясах между удаленными странами, а также действие соглашений о преференциальной торговле, большинство из которых имеет региональный характер. Иными словами, столь высокая доля региональной торговли промежуточными изделиями еще раз свидетельствует в пользу того факта, что мир пока еще далек от полной глобализации, а высказывания об “исчезновении” пространства [10] являются преждевременными. Несмотря на то, что торговля полуфабрикатами, как правило, гораздо чаще вызвана “объективной” необходимостью, чем обмен готовыми изделиями, доля регионального обмена не только не меньше, но и заметно выше таковой у готовых изделий. На наш взгляд, объяснение данного феномена лежит в ограниченности круга стран, способных потребить (использовать) части и компоненты, при практически повсеместной возможности потребления готовых товаров [19].

Из относительно узкого перечня потенциальных партнеров по географическому разделению производственного процесса страны, как правило, выбирают тех, кто находится поблизости от них. Так, согласно гравитационной модели, объем торговли сокращается на 90 % при расстоянии в 8000 км по сравнению с расстоянием в 1000 км [15]. Кроме того, с углублением и расширением территориального разделения труда проблема координации приобретает особую остроту. Для успешной координации географически разделенного производственного процесса, территориальная близость предприятий-смежников, несмотря на колоссальный прогресс на транспорте и в средствах связи, до сих пор крайне важна.

В случае с импортом полуфабрикатов, в отличие от их экспорта, обмен с соседними контрагентами занимает по важности третье-четвертое место для большинства регионов. Исключение составляют Зарубежная Европа, Восточная и Юго-Восточная Азия и Северная Америка, в импорте которых региональные партнеры играют ключевую роль. Меньшее значение региональных поставщиков в импорте полуфабрикатов в ряде случаев связано со сложностью их выпуска, что обуславливает

концентрацию производства, а также своего рода уникальность некоторых деталей и узлов. Кроме того, различия в уровне сложности полупродуктов оказывают влияние на место их производства: регион может специализироваться на производстве и экспорте технически сложных комплектующих и узлов, закупая в больших объемах простые, массовые детали там, где их выпуск экономически наиболее оправдан.

Для торговли сырьем характерна высокая доля межрегиональных взаимодействий по двум причинам. Во-первых, наличие промышленного и сельскохозяйственного сырья в той или иной стране определяется уникальным сочетанием природно-климатических факторов. Во-вторых, сырье – качественно однородный товар с низкой степенью “пространственной чувствительности”, благодаря чему спрос на основные его виды носит достаточно повсеместный характер и существует, как правило, во всех регионах мира. Высокая доля межрегиональных обменов в данном случае отражает неравномерность в обеспеченности макрорегионов условиями для производства этой продукции при широкой географии ее потребления. Таким образом, низкая доля региональной торговли сырьем не может свидетельствовать о глобальности мира и выравнивании потребительских предпочтений.

Для сырья не характерна более высокая доля региональной торговли в экспорте по сравнению с импортом. Наоборот, в закупках большинства регионов местные контрагенты имеют больший удельный вес, в качестве поставщиков, нежели рынков сбыта. Исключение составляют ресурсодефицитные регионы – Зарубежная Европа, Восточная и Юго-Восточная Азия. В связи с качественной однородностью большинства сырьевых товаров страны мира стремятся удовлетворять свои потребности, насколько это возможно, за счет местных поставщиков, приобретая недостающие виды сырья на глобальном (то есть на межрегиональном) рынке. Аналогичные тенденции выявлены и для международной торговли топливом.

Развитая внутриотраслевая международная торговля узлами и компонентами характерна для технологически сложных отраслей промышленности, впрочем, она встречается и в менее сложных отраслях. Соотношение торговли деталями и готовыми продуктами, а также внутриотраслевого и межотраслевого обмена, как правило, зависит от специфики продукции, факторов территориальной организации, а также уровня технологической сложности отрасли на данном этапе развития

мирового хозяйства. На основе индекса Грубеля-Ллойда⁶ автором был проведен анализ⁷ четырех отраслей обрабатывающей промышленности: производства бытовой и офисной электроники, автомобилестроения, швейной и мебельной промышленности. Его целью было определить соотношение в структуре их международной торговли различных компонентов: 1) межотраслевой, или односторонней, и 2) внутриотраслевой торговли, подразделяемой, в свою очередь, на горизонтальную (обмен готовой продукцией) и вертикальную (обмен узлами и компонентами).

Устойчивое преобладание внутриотраслевой торговли над межотраслевой в производстве бытовой и офисной электроники, а также в автомобилестроении говорит о высокой сложности выпускаемой продукции, поскольку главный вклад в данный показатель вносит именно вертикальная торговля (рис. 3). В случае с электроникой заметную роль играет фактор многократного пересечения границ деталями или незаконченными изделиями до их превращения в готовый товар.

Для швейной и мебельной промышленности характерно доминирование межотраслевой торговли в связи с низкой сложностью и высокой географической концентрацией данных производств [9]. Внутриотраслевая торговля в данном случае обусловлена существованием отдельных продуктовых сегментов, для которых важнейшее значение имеют качество продукции и ее соответствие потребительским предпочтениям.

Для всех четырех отраслей зафиксирован рост доли межотраслевой торговли, что, по нашему мнению, объясняется территориальной концентрацией промышленного производства на фоне углубления международной специализации стран мира. Вместе с тем существование сильных брендов в рассмотренных отраслях и заметные различия в качестве и цене конечной продукции обуславливают все еще значительный удельный вес горизонтальной торговли, то есть обмена готовыми продуктами [11].

На основе анализа внешнеторговой статистики автором проведена классификация стран мира по характеру географической структуры их экспорта. В классификацию включены 135 стран, объем экспорта каждой из которых составляет не менее 2 млрд. долл. в год, что в совокупности дает 98 % мирового экспорта. При проведении классификации были использованы два показателя: 1) коэф-

⁶ $GL = (((X_i + M_i) - |X_i - M_i|) / (X_i + M_i)) \times 100$, где X_i и M_i – объем экспорта и импорта определенной отрасли.

⁷ Анализ был проведен на уровне 3, 4 и 5 знаков Стандартной Международной Торговой Классификации (издание 3).

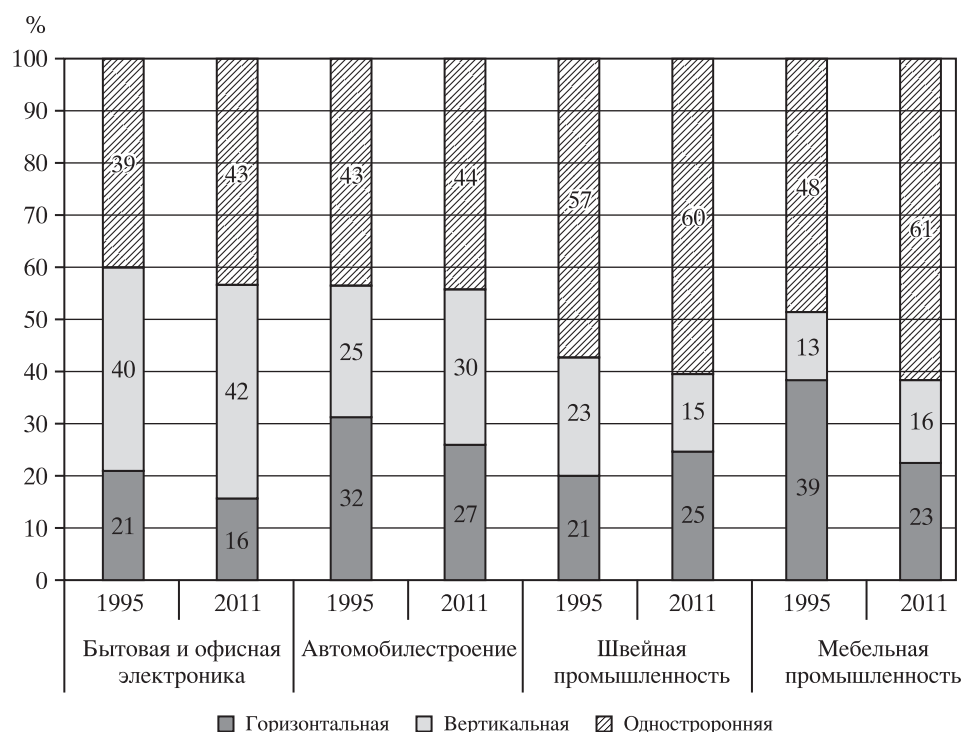


Рис. 3. Динамика долей горизонтальной, вертикальной и односторонней торговли в некоторых отраслях промышленности (по [20]).

фициент соответствия географической структуры экспорта страны географической структуре мирового импорта и 2) коэффициент сравнительной ориентации экспорта страны на региональную торговлю, представляющий собой отношение доли региональных потоков в экспорте страны к аналогичному среднемировому показателю. Нормированные значения коэффициентов для каждой из рассматриваемых стран были нанесены на оси абсцисс и ординат, и на основе анализа концентрации точек в данной системе координат было выделено восемь классов стран. Данная классификация была дополнена специализацией анализируемых стран на основе выделения преобладающей продуктовой группы в структуре их экспорта. Мировоздействие значение трех выделенных типов мало и в сумме составляет примерно 2 % мирового экспорта. Остановимся подробнее на пяти основных и наиболее многочисленных классах стран (рис. 4).

1) Страны с высоким уровнем региональной торговли и высоким уровнем соответствия географической структуры экспорта географической структуре мирового импорта – 29 % мирового экспорта. Высокий уровень их социально-экономического развития и расположение в одном макрорегионе благоприятствуют развитию региональной торговли, не влияющей при этом на соответствие географической структуры экспорта

географии мирового импорта. В рамках данного класса были выделены экспортеры полуфабрикатов (Бельгия, Индонезия, Ирландия, Малайзия, Таиланд, Филиппины, Финляндия, Швеция) и готовых изделий (Германия, Великобритания, Франция, Италия, Испания, Швейцария, Дания).

2) Страны с высоким уровнем региональной торговли и средним уровнем соответствия географической структуры экспорта географической структуре мирового импорта – 20 % мирового экспорта. Присутствие этих стран в составе макрорегионов, ведущих активную внешнеторговую деятельность, обуславливает довольно высокое соответствие их товарного экспорта географической структуре мирового импорта и одновременно определяет высокую долю региональных взаимодействий. Здесь можно выделить поставщиков сырья и топлива (Норвегия, Парагвай, Боливия, Мьянма и Лаос), полуфабрикатов (Канада, Сингапур, Австрия, Гонконг, Польша, Португалия, Чехия, Словения, Исландия, Румыния, Люксембург, Сербия, Македония, Болгария, Босния и Герцеговина), а также экспортеров готовых изделий (Нидерланды, Мексика, Греция, Хорватия, Венгрия, Словакия, Литва, Латвия, Эстония и Иордания).

3) Страны со средним уровнем региональной торговли и высоким уровнем соответствия

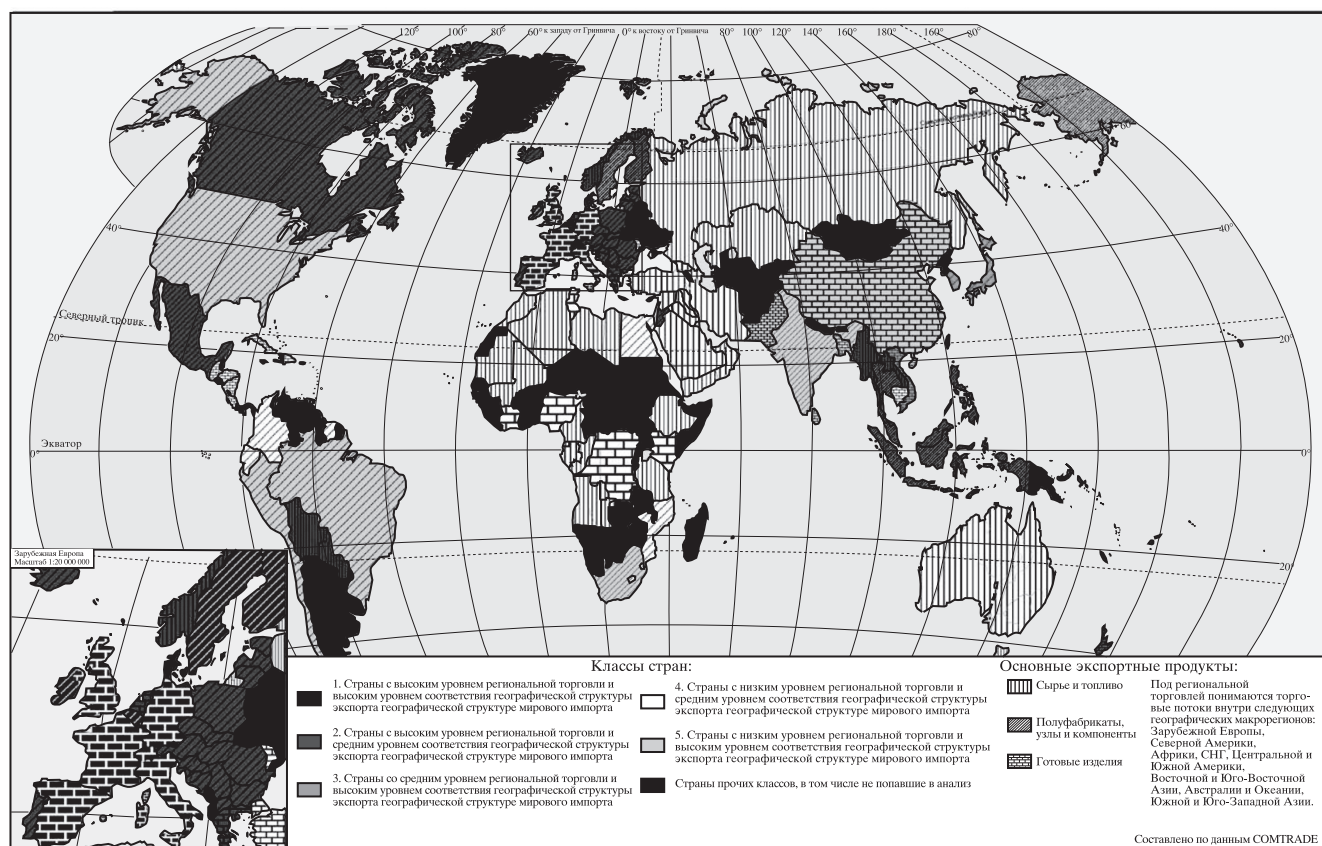


Рис. 4. Классификация стран по характеру географической структуры экспорта.

географической структуры экспорта географической структуре мирового импорта – 8 % мирового экспорта. Экспортеры полуфабрикатов (Япония и Республика Корея) относятся к категории мировых технологических лидеров и поставляют значительную часть продукции региональным партнерам – “звеньям” международных производственных цепей. Поставщик готовых продуктов (Вьетнам) распределяет свой экспорт в аналогичной пропорции. Широкая география экспорта обуславливает высокий уровень соответствия географии мирового импорта.

4) Страны с низким уровнем региональной торговли и средним уровнем соответствия географической структуре экспорта географической структуре мирового импорта – 15 % мирового экспорта. Высокая востребованность экспортируемых продуктов на мировом рынке – топлива и сырья, в т. ч. прошедшего первоначальную обработку, а также изделий массового сегмента обрабатывающей промышленности – обеспечивает неплохое соответствие географической структуры их экспорта географической структуре мирового импорта, а невысокий уровень развития региональных контрагентов обуславливает относительно низкую долю регио-

нальной торговли. В рамках данного класса были выделены поставщики сырья и топлива (всего 30 стран, включая Россию, Саудовскую Аравию, Австралию, ОАЭ, Кувейт, Катар, Бахрейн, Иран, Ирак, Нигерию, Казахстан и др.), полуфабрикатов (Египет, Мавритания, Куба, Мозамбик, Танзания, Суринам и Свазиленд), а также готовых изделий (Турция, Марокко, Тунис, Маврикий, Коста-Рика, Доминиканская республика, Гондурас, Гватемала, Никарагуа, Молдавия, Кения и Камбоджа).

5) Страны с низким уровнем региональной торговли и высоким уровнем соответствия географической структуре экспорта географической структуре мирового импорта – 24 % мирового экспорта. Особенности товарной структуры их экспорта вкупе с объемами производства, превышающими потребности макрорегиона, заставляют государства этого класса делать ставку на глобальный рынок, взаимодействуя с покупателями большого числа стран. Здесь были выделены экспортеры полуфабрикатов (США, Бразилия, Индия, Израиль, ЮАР, Чили, Перу) и готовых изделий (КНР, Новая Зеландия, Пакистан, Бангладеш, Шри-Ланка).

На современном этапе мирового развития внешнюю торговлю лишь небольшого числа стран можно считать действительно глобальной с точки зрения географической структуры экспорта и ассортимента продуктов, поставляемых ими на мировой рынок. Глобальность внешней торговли многих стран нередко обусловлена их удаленностью от основных рынков потребления продукции, а также объективной необходимостью в повсеместном использовании экспортируемых ими товаров (сырья, в том числе прошедшего начальную переработку, или топлива), а не высокой конкурентоспособностью и возможностью полного удовлетворения потребительских предпочтений в разных частях света.

Многие из стран, в экспорте которых преобладают товары, характерные для единичного разделения труда (полуфабрикаты), имеют такого рода специализацию по причине экономической целесообразности вывоза обработанных природных ресурсов, относимых статистикой к полуфабрикатам, а не в силу тех возможностей, которые предоставляет единичное разделение труда. В этой связи представляется, что утверждения о тотальной глобализации международной торговли и “исчезновении” пространства являются преждевременными.

Сегодня, как и 40 лет назад, международная торговля носит во многом региональный характер, причем для доброй половины регионов мира доля экспорта и импорта, приходящихся на региональных партнеров, только увеличилась. Одновременно с этим ряд макрорегионов показал рост несоответствия географической структуры экспорта и импорта географической структуре глобальных закупок и поставок соответственно, что указывает на усиление непропорциональности международных торговых взаимодействий. Ориентация на региональных партнеров играет в этих случаях ключевую роль.

На рубеже XX–XXI вв. значение полуфабрикатов в международной торговле несколько сократилось на фоне роста доли топлива. Для обмена узлами, компонентами и готовыми продуктами характерно повышенное или среднемировое значение региональной торговли, что обусловлено сложностью координации производственного процесса, распределенного по территории нескольких стран, а также необходимостью адаптации конечного изделия к особенностям местного спроса. Торговля сырьем и топливом, которым не требуется подобная адаптация, носит заметно более глобальный характер.

Анализ доли региональной торговли, степени соответствия географической структуры экспорта стран географической структуре мирового импорта, а также продуктового состава экспорта позволяют утверждать, что в настоящее время географическую структуру экспорта лишь очень ограниченного круга стран можно считать по-настоящему глобальной. К таким странам следует отнести США и КНР, а также Пакистан, Бангладеш и Шри-Ланку.

Трансформация географической структуры международной торговли проявляется в переориентации экспорта и импорта на новых партнеров, причем это более свойственно странам, экспортирующим сырье и топливо. Тем не менее зависимость от того или иного региона как рынка сбыта или поставщика товаров имеет максимальное значение лишь для стран, входящих в его состав. Такое положение характерно для большинства регионов мира. Иными словами, почти для каждого региона его доля в собственном экспорте выше, чем его доля в экспорте любого другого региона (аналогичная ситуация характерна и для импорта).

В связи с возросшей территориальной концентрацией производства для ряда отраслей было зафиксировано усиление роли межотраслевой торговли. При этом значимость взаимной торговли готовыми продуктами для большинства рассмотренных отраслей уменьшилась. Что касается высокотехнологичных отраслей (автомобилестроение, бытовая и офисная электроника), то в них за последние 20 лет произошло повышение интенсивности внутриотраслевого обмена узлами и комплектующими в системе международной торговли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Безруков Л.А. Континентально-океаническая дихотомия в международном и региональном развитии. Новосибирск: Гео, 2008. 370 с.
2. Мироненко Н.С. Введение в географию мирового хозяйства: Международное разделение труда: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект-Пресс, 2006. 239 с.
3. Панкратов И.Н., Федорченко А.В. Типология стран по их роли и участию в мировой швейной промышленности // Вестн. МГУ. Сер. 5. География. 2010. № 5. С. 42–47.
4. Синцов Л.М. Проблемы глобальной интеграции // Изв. РАН. Сер. геогр. 2005. № 4. С. 5–12.

5. Синцеров Л.М. Эпоха ранней глобализации в истории мирового хозяйства // Вестн. историч. географии. М.: ИГ РАН, 2005. Вып. 3. С. 58–79.
6. Смирнягин Л.В. Место вместо местоположения? (О сдвигах в фундаментальных понятиях географии) // Географическое положение и территориальные структуры: памяти И.М. Маергойза. М.: Нов. хронограф, 2012. С. 421–456.
7. Фетисов А.С. Фактор соседства в международных социально-экономических взаимодействиях // Географическое положение и территориальные структуры: памяти И.М. Маергойза. М.: Нов. хронограф, 2012. С. 518–533.
8. Шишков Ю.В. Интернационализация производства – новый этап в развитии мировой экономики. М.: ИМЭМО РАН, 2009. 93 с.
9. Dicken P. Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy. 5th edition. London, Sage Publications Ltd, 2007. 600 p.
10. Friedman T. The World Is Flat: A Brief History Of The Twenty First Century. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2005. 488 p.
11. Fujita M., Krugman P., Venables A. The Spatial Economy Cities, Regions and International Trade. Cambridge: The MIT Press, 2001. 384 p.
12. Ghemawat P. World 3.0: Global Prosperity and How To Achieve It. Boston: Harvard Business Review Press, 2011. 400 p.
13. Ghemawat P., Altman S. DHL Global Connectedness Index 2012. IESE Business School, 2012.
14. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. Cultural Biases in Economic Exchange. NBER Working paper series, Working paper 11005. Cambridge: National Bureau of Economic Research, 2004. 55 p.
15. Hummels D., Schaur G. Time as a trade barrier. NBER Working paper series, Working paper 17758. Cambridge: National Bureau of Economic Research, 2012. 54 p.
16. Levitt T. Globalization of Markets. Harvard Business Review. May–June, 1983. P. 92–101.
17. Reshaping Economic Geography. World Development Report 2009. Washington: The World Bank, 2009. 408 p.
18. The WTO and the preferential trade agreements: From co-existence to coherence. World Trade Report 2011. Geneva: WTO, 2011. 253 p.
19. Trade patterns and global value chains in East Asia: From trade in goods to trade in tasks. Geneva: IDE–JETRO and World Trade Organization, 2011. 129 p.
20. United Nations Commodity Trade Statistics Database [URL: <http://comtrade.un.org/db/> (дата обращения 31.03.2013)].
21. Venables A. Shifts in Economic Geography and Their Causes [URL: <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp0767.pdf> (дата обращения 17.06.2013)].

Transformation of the Macroregional Structure of the International Trade under Globalization

I.N. Pankratov

Faculty of Geography, Moscow State University, Moscow, Russia; ip1902@yandex.ru

Against increasing number of works dealing with multiple aspects of globalization many researchers and observers tend to believe that the international trade is getting more globalized. The article sets criteria – the share of regional trade and the degree of matching of a region's (or country's) geographical structure of exports to that of the world's imports – which allow us to understand whether the international trade can be referred to as a really global one. The results of the research show that many countries tend to trade with their regional counterparts rather than with regional outliers. Besides, the article considers the peculiarities of the geographical structure of international trade in various product groups and reveals that raw materials and fuels tend to be traded inter-regionally, whereas finished goods as well as intermediate goods are mainly exchanged within regions. As long as intra-industry trade is thought to be one of the features of the modern stage of globalization, exports-imports operations in automotive, office and consumer electronics, clothing and furniture industries are considered as examples of such trade. The main finding was that the intra-industry trade tended to have stronger presence in technologically advanced industries, whereas inter-industry trade was more typical of labor-intensive ones. Finally, the article presents a classification of countries based on the peculiarities of the geographical structure of their exports. It shows that today the external trade of very few countries can be thought of as a really global one.

Keywords: globalization, regionalization, international trade, division of labor in singular, vertical trade, intra-industry trade, intermediate goods, finished goods, classification of countries' external trade, geographical structure of exports, Grubel-Lloyd index.