

УДК 339.5: 330.8

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ТОРГОВЛЮ

Власов В.И.

*Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» НААН Украины,
Киев, e-mail: zed@iae.kiev.ua*

Глобализация мировой торговли, рост ее объемов, опережающий рост объемов производства, изменяет экономики стран и поэтому требует формирования новых подходов к ее оценке, новой теории международной торговли. На основе анализа по данным статистической базы ФАО изменений производства и торговли 25 стран Азии и Северной Африки, которые вошли в глобальный простор мировой экономики в последнюю четверть XX столетия, таких видов товаров как пшеница, мука, мясо, алкогольные напитки и пиво показано многократное увеличение объемов производства этих продуктов и их импорта, связанное с изменением предпочтений людей под влиянием глобальных изменений через обмен информацией, технологиями, взаимопроникновением культур, развитие торговли и связанный с этим рост потребления на душу населения продуктов, которые ранее употреблялись в небольших количествах или вообще не употреблялись при одновременном снижении потребления традиционных продуктов для этих стран, например, риса. Это позволило предложить автору новую теорию международной торговли – теорию глобализационного влияния.

Ключевые слова: глобализация, торговля, импорт, производство, пшеница, мясо, алкогольные напитки

INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON INTERNATIONAL TRADE

Vlasov V.I.

*National Scientific Centre «Institute of agrarian economy National Academy of Agrarian Sciences» of
Ukraine, Kiev, e-mail: zed@iae.kiev.ua*

Globalization of the world trade, growth|height| of its volumes|CU|, passing ahead growth|height| of production volumes, changes the economies of countries and requires forming of the new|firsttime| going near its estimation|appraisal|, new|firsttime| theory of international trade. On the basis of analysis from data of statistical|collation| base|baseline| of FAO of changes|varying| of production and trade there are 25 countries of Asia and North Africa, which entered in global|worldwide| space of world economy in the last quarter of a XX century, such types of commodities|primage| as a wheat, flour|torment|, meat|flesh|, swizzles and beer the frequent|many-fold| increase of production of these products and their import|imp.| volumes is rotined, related to the change|varying| of preferences of people under influence of global|worldwide| changes|varying| through an exchange|transput| information, technologies|technicology|, interpenetration of cultures, development of trade and growth|height| related to it of consumption|comsumption| per capita of products, which was before used in two-bits or in general|generally| not used at the simultaneous decline|lowering| of consumption|comsumption| of traditional products for these countries, for example|eg|, of rice. It allowed to offer to the author the new|firsttime| theory of international trade – theory of globalization influence.

Keywords: globalization, trade, import, production, wheat, meat, swizzles

В новой истории развития международной торговли реально выделяется три волны ее глобализации: I – с 1870 года и до Первой мировой войны; II – после подписания ГАТТ (1947 год); III – с 1.1. 1995 года после создания ВТО, которая стала правопреемницей ГАТТ.

Как развитие торговли влияет на экономический рост четко показано в материале, подготовленном ВТО на основе анализа двадцати публикаций, посвященных влиянию открытости стран в сфере торговли на их экономическое развитие. Использование от одного до девяти разных индексов четко показало, что открытость рынка способствует ускорению экономического развития стран [7].

В декабре 2013 года закончился Дохийский раунд переговоров, когда руководителю ВТО Р. Азеведу удалось объединить 159 стран-членов ВТО, принявших «Балийский пакет реформ», состоящий из 10-ти

договоров, пять из которых касаются сферы АПК. Главным документом является договор об упрощении процедур международной торговли, что позволит увеличить объем мировой экономики на 1 трлн дол США и создать 21 млн дополнительных рабочих мест [6]. Фактически можно говорить о том, что началась четвертая волна глобализации мировой торговли.

С развитием международной торговли в зависимости от состояния международных экономических отношений и самой экономики шаг за шагом формировались теории международной торговли, которые можно сгруппировать по двум периодам: 1. Колониальный – с XV ст. до 50-х гг. XX ст. и 2. Постколониальный – с 50-х гг. XX ст. до 1990 г. XX ст. Всего было разработано более 20-ти теорий с формированием двух взаимоисключающих: конкурентных преимуществ М. Портера [11] и импортозамещения Р. Пребиша [12].

После их публикации в сфере международной торговли в условиях усиления глобализационных процессов произошло немало изменений.

Темпы роста торговли развивающимися странами превзошли темпы роста развитых стран; чрезвычайно стремительный рост торговли стран Азиатского континента, особенно Китая; усиление среди развитых стран роли такого мощного объединения как ЕС; рост объемов торговли услугами; превышение темпов увеличения объемов торговли над темпами роста ВВП [1]. Это свидетельство того, что необходимо попытаться сформулировать новую теорию, которая бы учитывала изменения в торговле товарами последних десятилетий.

Касаясь этого, академик НАНУ Ю.М. Пахомов написал: «Конечно мы отстаем и долго еще будем отставать от теоретических вершин, которые выстроены экономической теорией Запада. Однако убежден, в этом предстоящем, а отчасти уже начавшемся (особенно в связи с глобализацией) синергетическом поиске экономисты наших (Украины и России) стран в каком-то отношении могут дать даже западным экономистам фору» [5, с. 184], или как высказался известный французский историк экономики Ф. Бродель «Для историков, для представителей других наук о человеке и всех других объективных наук всегда найдется Америка, которую можно будет открывать» [2, с. 124].

Разнообразие процессов глобализации мировой экономики свидетельствует о больших изменениях (хотя они и не охватывают все регионы мира одинаковым образом), которые происходят в мире, про великий ветер перемен, о вхождение всех стран мира в конце прошлого столетия в очень сложный переходной период, который характеризуется глобализационным влиянием на все стороны жизни мирового сообщества, включая и мировую торговлю.

Цель исследования. На основе анализа изменений уровней производства и внешней торговли доказать что во многом они (изменения) произошли благодаря этому глобализационному влиянию.

Материалы и методы исследования

Для анализа нами были взяты данные ФАО [8, 9] по 25-ти странам Азии и Северной Африки, которые вошли в глобальный простор мировой экономики в последнюю четверть XX столетия. При этом анализ производства и торговли осуществлен по таким товарам как пшеница, мясо в целом и мясо птицы, алкогольные напитки и пиво, как наиболее показательные для оценки изменений вкусов народов азиатских и африканских стран, рацион которых и структура

производства за предшествующий период был совершенно другим. Кроме того, значительно усилился: обмен информацией и технологиями, взаимопроникновением культур, развитием торговли.

Результаты исследования и их обсуждение

Изменение объемов производства за 1961-2011 годы приведено в табл. 1.

В большинстве стран Азии и Африки, где много веков традиционными были блюда из риса, за 1961-2011 годы многократно увеличилось производство пшеницы, во всех странах под влиянием глобального увеличения в рационе людей мясных блюд выросло производство мяса при показательном увеличении производства мяса птицы, что было следствием широкого внедрения технологий, разработанных в развитых странах мира. Так, в Саудовской Аравии производство мяса в целом увеличилось в 19,8 раза, а мяса птицы в 193,5 раза, ОАЭ соответственно в 17,6 и 544,9 раза. Еще более показательным влиянием глобализации является увеличение производства алкогольных напитков и пива. В восьми странах в 1961 году алкогольные напитки вообще не производились, а в 2011 году объемы их производства составляли десятки тысяч тонн.

В Саудовской Аравии их производство увеличилось более чем в 35 тыс. раз и составило в целом свыше 140 тыс. тонн или более 5 л на человека. В 1961 году в Камбодже пиво (ячменное) не производилось, а в 2011 году объемы его производства составили 266 тыс. тонн или по 18 л на человека.

Изменения в рационе питания населения этих стран обусловили увеличение объема импорта анализируемых товаров. При этом возрос не только импорт пшеницы, но и пшеничной муки (табл. 2).

Многократное увеличение производства и импорта этих товаров обусловило, как показывают наши расчеты, сделанные на основе статистической базы данных ФАО, повышение их потребления на душу населения (табл. 3).

Интересно то, что изменение рациона людей под влиянием глобализационных процессов привело к тому, что в пяти странах Восточной и Юго-Восточной Азии (Бангладеш, Китай, Индонезия, Непал, Вьетнам) увеличение потребления пшеницы было большим, чем традиционного для них риса, а в трех странах (Камбоджа, Республика Корея и Таиланд) при росте потребления пшеницы снизилось потребление риса.

Таблица 1

Изменение объемов производства за 1961-2011 гг., раз

Страна	Пшеница	Мясо	в т.ч. мясо птицы	Алкогольные напитки	Пиво ячменное
Алжир	3,7	8,3	19,6	3,1	34,8
Бангладеш	29,9	3,7	11,2	с 0 до 0,9 тыс. тонн	0
Камбоджа	0	7,3	7,0	3,0	с 0 до 266,0 тыс. тонн
Китай	8,2	31,7	25,1	98,5	324,8
Египет	5,8	6,7	12,1	3,8	9,7
Индия	7,9	3,1	28,8	76	56
Индонезия	0	8,8	30,2	с 0 до 1 тыс. тонн	264,7
Иран	4,7	6,8	39,9	0	0
Япония		4,6	10,4	290,1	2,1
Малайзия	0	16,6	48,5	9,9	34,2
Марокко	8,3	6,6	25,2	19,9	5,1
Бирма	23,2	19,8	58,5	61,0	28,6
Непал	12,9	8,4	10,3	с 0 до 1,8 тыс. тонн	с 0 до 42,5 тыс. тонн
Оман	1,5	17,1	25,1	с 0 до 14,8 тыс. тонн	0
Филиппины	0	8,8	15,0	с 0 до 19,1 тыс. тонн	8,2
Республика Корея		17,0	41,6	с 0 до 66,4 тыс. тонн	157,4
Саудовская Аравия	9,6	19,8	193,5	35934	0
Шри Ланка	0	3,5	16,3	13,9	15,9
Сирия	5,0	9,6	34,8	9,0	2,4
Таиланд	с 0 до 1,2 тыс. тонн	5,7	14,3	160	343,3
Пакистан	6,6	4,8	78,0	с 0 до 0,5 тыс. тонн	3,0
Тунис	3,4	5,3	18,9	1,4	2,4
Турция	3,0	5,4	24,9	6482	14,6
ОАЭ		17,6	544,9	с 0 до 59 тыс. тонн	0
Вьетнам	0	11,0	10,7	50,3	125,7

Таблица 2

Изменение объемов импорта, раз

Страна	Пшеница	Пшенич- ная мука	Мясо	в т.ч. мясо птицы	Алкогольные напитки	Пиво
1	2	3	4	5	6	7
Алжир	16,8	15,8	1,4		3,1	
Бангладеш	12,3	12,0	с 0 до 0,1 тыс. тонн		с 0 до 0,9 тыс. тонн	с 0 до 2,6 тыс. тонн
Камбоджа	с 0 до 15,7 тыс. тонн	1,3	7,3	с 0 до 0,3 тыс. тонн	3,0	1,2
Китай	0		86,6	318,3	98,5	64,8

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Египет	148,2	7,8	19,5	74,4	38	23,7
Индия			16,7	с 0 до 0,1 тыс. тонн	7,6	31,3
Индонезия	с 0 до 5,6 млн тонн	42,9	435,4	с 0 до 0,7 тыс. тонн	с 0 до 1,1 тыс. тонн	
Иран			251,6	500,5	0	0
Япония	2,3	2,3	68,4	12065	290,1	134,5
Малайзия	73,9	6,7	33,0	139,4	9,9	1,1
Марокко	12,7	9,3	57,8	с 0 до 2,6 тыс. тонн	19,9	
Бирма	12,7	4,0	11,6	139,5	61,0	807,3
Непал	8,2	16,3	с 0 до 0,5 тыс. тонн	с 0 до 0,3 тыс. тонн	с 0 до 18 тыс. тонн	с 0 до 0,1 тыс. тонн
Оман	с 0 до 202,6 тыс. тонн	59,9	224,5	382,1	с 0 до 14,8 тыс. тонн	с 0 до 14,8 тыс. тонн
Филиппи- ны	11,1	8,2	31,7	59464	с 0 до 19,1 тыс. тонн	с 0 до 0,9 тыс. тонн
Республи- ка Корея	13,9	13,0	с 0 до 1, 1 млн тонн	с 0 до 145,2 тыс. тонн	с 0 до 66,4 тыс. тонн	с 0 до 59 тыс. тонн
Саудовская Аравия	66,8	18,4	1697	2628,9	35934	0
Шри Ланка	443,4	5,7	2,2	28,6	13,9	5,6
Сирия	5,3	2,1	10,7	с 0 до 10,2 тыс. тонн	9,0	230
Таиланд	3565,5	48,3	339	с 0 до 2,1 тыс. тонн	160	30,6
Пакистан			42,2	185,8	с 0 до 0,5 тыс. тонн	
Тунис	4,3	4,4	9,2	с 0 до 2,5 тыс. тонн	1,4	
Турция	5,5		8612,2	с 0 до 0,6 тыс. тонн	6482	с 0 до 5,2 тыс. тонн
ОАЭ	с 0 до 944,4 тыс. тонн	122,9	с 0 до 415,2 тыс. тонн	с 0 до 333,7 тыс. тонн	с 0 до 59 тыс. тонн	с 0 до 75,0 тыс. тонн
Вьетнам	с 0 до 2,4 млн тонн	21,3	5703	20055	50,3	с 0 до 25,7 тыс. тонн

Таблица 3

Изменение объемов потребления на душу, кг
(2011 г. $\pm$ к 1961 г.)

Страна	Пшеница	Рис	Мясо (все)	Мясо птицы	Алкогольные напитки	Пиво
Алжир	+88,7	+1,4	+7,5	+5,9	-4,5	-4,2
Бангладеш	+7,5	+3,3	+0,7	+0,9	0	0
Камбоджа	-2,3	-4,5	+11,7	+1,6	+14,5	+13,2
Китай	+45,7	+34,5	+54,4	+13,2	+32,7	+24,6
Египет	+62,1	+16,0	+14,8	+7,6	+1,8	+1,7
Индия	+29,7	+1,2	+1,1	+1,5	+0,9	0
Индонезия	+19,4	+46,0	+8,0	+5,4	+0,9	+0,8
Иран	+53,2	+6,3	+22,1	+20,3	-0,5	-0,4
Япония	+14,6	-58,8	+38,3	+15,5	+12,8	+10,7
Малайзия	+37,9	-46,6	+39,1	+34,8	-0,6	-0,5
Марокко	+45,1	+0,7	+16,3	+0,4	-0,2	+0,5
Бирма	+2,8	+8,5	+27,1	+17,6	+1,7	+1,0
Непал	+26,9	+3,4	+3,6	+0,2	-1,1	+0,9
Пакистан	+20,9	0	+6,9	+3,6	0	-0,1
Филиппины	+10,5	+31,6	+20,8	+7,7	+9,3	+6,0
Республика Корея	+37,8	-17,5	+50,1	+12,2	+49,6	+37,7
Саудовская Аравия	+51,7	+11,6	+45,0	+41,2	0	0
Шри Ланка	+20,4	+9,7	+2,4	+4,2	+1,7	+1,9
Сирия	+38,4	+6,0	+12,3	+8,3	+0,4	0
Таиланд	+15,7	-4,5	+11,0	+23,7	+41,3	+11,4
Тунис	+60,1	-0,2	+13,7	+12,1	-1,2	-0,5
Турция	+28,8	+4,1	+8,8	+14,3	+10,0	+10,1
ОАЭ	+46,2	-31,4	-1,2	+10,0	0	0
Вьетнам	+11,0	+5,2	+39,5	+8,7	+11,6	+8,1

Показательным является рост потребления на одну особу алкогольных напитков от +1,7 по Бирме до +49,6 в Республике Корея, при падении потребления в странах ислама, где за последние десятилетия с ростом фундаменталистских настроений жестче стали соблюдаться положения Корана.

В XVII ст. (не так давно по историческим меркам) привычка европейцев, приезжавших в эти страны к употреблению мяса вызывало у местного населения удивление и отвращение. Подчеркнем также, что по данным французского исследователя П. Гуру, население муссонной зоны Азии предпочитало рис корнеплодам и другим зерновым, а японские фермеры выращивали ячмень, пшеницу, овес и просо между двумя урожаями риса, потребляя продукты, приготовленные из этих культур только в случае необходимости, считая их «не заслуживающими уважения» [3].

Следует добавить, что глобализационное влияние в Азии на изменение вкусов людей началось еще в те времена, когда

в этот регион португальцы завезли сладкий картофель (батат), арахис, кукурузу, а вкусы европейцев начали изменяться после завоза из Америки и Азии картофеля, табака, томатов, кукурузы, чая, пряностей и т.д. При этом для признания европейцами этих культур понадобилось в целом более 200 лет, когда как в настоящее глобализующее время изменение предпочтений людей в Азии сокращается до десятка и даже всего несколько лет.

Еще одним фактором глобализационного влияния на развитие международной торговли является усиление миграции, приводящее к тому, что мигранты в новой для них стране стараются покупать ту продукцию, к которой они привыкли на родине.

Как пример приводим данные об увеличении импорта некоторых традиционных продуктов из стран Латинской Америки, которые последние десятилетия стали основными поставщиками мигрантов (в том числе и нелегальных) в США (табл. 4).

Таблица 4

Изменение объемов импорта товаров из стран Латинской Америки в США, раз

Страна	Матэ	Пиво	Перец зеленый и «чили»
Бразилия	7,7	2,1	
Колумбия		4,7	с 0 до 1744 тонн
Доминиканская Республика		327,3	2,7
Гватемала		30,4	4,4
Ямайка		9,4	
Мексика		9,7	7,1
Перу		5,2	11256,5
Тринидад Тобаго		268,1	
Аргентина	3,6	20,0	
Парагвай	9,0		
Боливия		с 0 до 68 тонн	
Чили			94,4

Как видно, импорт традиционных для употребления продуктов в странах происхождения мигрантов в США вырос от 2,1 до 327,3 раз, а некоторых с 0 до тысяч тонн. Более того, потребности мигрантов в конкретной продукции способствует развитию этих отраслей в странах их происхождения.

Так, например, в Мексике производство пива увеличилось с 854 до 8150 тыс. тонн, 20% которого было экспортировано в США. Соответственно на Ямайке производство пива увеличилось с 17,7 до 95,0 тыс. тонн, а экспорт в США с 2,2 до 20,9 тыс. тонн или с 12 до 21,9% от объемов производства.

Даже такой фактор глобализации как проникновение культур обеспечивает развитие торговли. Свидетельством этого является проведение этнических карибских карнавалов по тринидадскому образцу. Так, проведение такого карнавала в Ноттингем-Хили в Лондоне привлекает более 2 млн человек, а прибыль от него превышает 93 млн фунтов стерлингов [4].

Материалы нашего анализа позволяют нам предложить новую теорию международной торговли – теорию глобализационного влияния. Естественно, что ее можно отклонить под предлогом того, что увеличение объемов потребления нетрадиционных для регионов продуктов связано с ростом доходов населения, как это показывают данные увеличения паритета покупательской способности, которые ООН приводит в ежегодных Докладах о развитии человека. Но главное в том, что под влиянием глобализационных процессов в сфере взаимодействия людей через туризм, масс-медиа, Internet и т.д. очень изменились вкусы значительной части населения афро-азиатских стран. Фактически в них шаг за шагом происходят институциональные изменения в сфере неофициальных ограничений, к которым относятся обычаи

людей в сфере потребления традиционной для конкретной страны продукции.

Таким образом, приведенные данные свидетельствуют о несомненном глобализационном влиянии на предпочтение людей разных стран, с разным менталитетом, разными обычаями относительно национальной продукции, сближение потребительских стандартов с западными образцами и, соответственно, на уровень потребления нетрадиционных продуктов питания или, наоборот, традиционных продуктов, которые стараются потреблять мигранты. Все это происходит вследствие взаимодействия культур (в широком понимании этого слова) через глобальный информационный простор, туризм, миграцию и т.д. и обуславливает значительное увеличение объемов торговли.

Список литературы

1. Білорус О.Г., Власов В.І. Глобальні трансформації торгівлі: монографія / О.Г. Білорус, В.І. Власов. – ННЦ ІАЕ, 2008. – 228 с.
2. Бродель Ф. Динамика капитализма [пер. с фр.] / Ф. Бродель. – Смоленск: Полиграма, 1993.
3. Бродель Ф. Структура повседневности: возможное и невозможное [пер. с фр.] / Бродель Ф. – М.: Прогресс, 1986. – 622 с.
4. Глущенко Г. Транснационализм мигрантов и перспективы глобального развития / Глущенко Г. // МЭИМО, 2005. – Т.2. – С. 56 – 57.
5. Пахомов Ю.Н. О проблемах развития экономической теории / Ю.Н. Пахомов // Стратегия развития Украины. – 2003. – Вып. 1. – С.
6. Bali Ministerial Declaration and decisions: <https://mc9.wto.org/draft-bali-ministerial-declaration> (дата обращения 14.12.2013).
7. Ben-Dabid., Nordstrom H., Winters L.A. Trade, Income Disparity and Poverty. – Geneva: WTO, 2000. – 70 p.
8. <http://www.fao.org/production> (дата обращения 21.01.2014).
9. <http://www.fao.org/trade> (дата обращения 21.01.2014).
10. <http://www.fao.stat.balance> food. Sheets (дата обращения 21.01.2014).
11. Porter M. Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: The Free Press, 1985. – 592 p.
12. Prebish R. Theoretical and Practical Problems of Economic Growth. – Mexico-City: ECLAC. – 142 p.