

# **ТЕМА 3: МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ**

## ПЛАН:

1. Сущность и классификация услуг
2. Особенности международной торговли услугами
3. Динамика международной торговли услугами
4. Характеристика основных торгуемых услуг
5. Государственное регулирование международной торговли услугами



# 1. Сущность и классификация услуг

Дать точное определение понятия услуги не просто.

**Услуга** представляет собой не вещь, не материальный предмет, но некую, весьма разнообразную по характеру деятельность, работу.

**Услугу** определяют иногда как разновидность товара, для которого момент производства и момент потребления совпадают во времени.

Услуги называют иногда – **«невидимыми статьями торговли»**.

Таблица 1. Различия товаров и услуг

Товары	Услуги
Осязаемы	Неосязаемы
Видимы	Невидимы
Поддаются хранению	Не поддаются хранению
Торговля товаром не связана с производством	Торговля услугами связана с их производством
Неразрывность во времени факта купли-продажи товара и факта его потребления	Разрыв во времени факта купли-продажи услуги и факта ее потребления
Экспорт товара означает вывоз товара с таможенной территории за границу без обязательства об обратном ввозе	Экспорт услуги означает оказание услуги иностранцу, даже если он находится на таможенной территории страны

**В услуги на мировом рынке** обычно **включают** :  
транспорт и связь, торговлю, материально-техническое снабжение, бытовые, жилищные и коммунальные услуги, общественное питание, гостиничное хозяйство, туризм, финансовые и страховые услуги, науку, образование, здравоохранение, физкультуру и спорт и другие.

Разные виды услуг вовлечены в международный обмен **с разной степенью интенсивности** (например: с одной стороны, транспорт и связь, туризм и, с другой стороны, коммунальные и бытовые услуги).

Международная статистика **дает ограниченный объем сведений** о мировой торговле услугами.

ВТО, например, разбивает эту торговлю всего лишь **на три вида** — транспортные услуги, туризм и прочие услуги. **Около 1/4** мировой торговли услугами приходится на **транспортные услуги**, еще **около 1/3** — на **международный туризм**.

В соответствии с руководством по составлению платежного баланса МВФ в состав **торгуемых услуг** входят следующие их виды:

<b>Вид торгуемой услуги</b>	<b>Подвиды</b>
1.Транспорт	пассажирский; грузовой
2.Поездки	деловые; личные
3. Связь	
4. Строительство	
5. Страхование	
6. Финансовые услуги	
7. Компьютерные и информационные услуги	
8. Роялти и лицензионные платежи	
9. Другие бизнес-услуги	посреднические услуги; лизинг; прочие деловые, профессиональные, технические услуги
10. Личные, культурные и рекреационные услуги	аудиовизуальные услуги; прочие
11. Правительственные услуги	




## По версии Мирового банка услуги делятся

на:

- **факторные услуги** ( factor services ) — платежи, возникающие в связи с международным движением факторов производства (доходы на инвестиции; роялти и лицензионные платежи; зарплата, выплаченная нерезидентам);
- **нефакторные услуги** ( non - factor services ) — остальные виды услуг (транспорт, путешествия и прочие нефинансовые услуги).

В соответствии со способами доставки услуг потребителю услуги делятся на:

- услуги, связанные с инвестициями (investment - related services) — банковские, гостиничные и профессиональные услуги;
- услуги, связанные с торговлей (trade - related services) — транспорт, страхование;
- услуги, связанные одновременно с инвестициями и торговлей (trade - and - investment - related services) — связь, строительство, компьютерные и информационные услуги, личные, культурные и рекреационные услуги.




## 2. Особенности международной торговли услугами




## Международная торговля услугами (МТУ)

– это специфическая форма мирохозяйственных связей по обмену услугами между продавцами и покупателями разных стран.




## Международная торговля услугами имеет следующие особенности:

- регулируется не на границе, а внутри страны соответствующими положениями внутреннего законодательства;
- услуги не подлежат хранению;
- производство и реализация услуг имеют большую государственную защиту, чем сфера материального производства и торговля;
- международная торговля услугами находится в тесной взаимосвязи с торговлей товарами и оказывает на нее сильное воздействие;
- не все виды услуг в отличие от товаров могут являться предметом торговли (бытовые услуги).




Международная торговля услугами также тесно сопрягается с международным движением капитала и перемещением рабочей силы. Она немыслима без транспортных, банковских, информационных и других услуг.


В свою очередь рост мировых рынков товаров, капиталов, рабочей силы стимулирует развитие мирового рынка услуг.



### 3. Динамика международной торговли услугами



Опережающие темпы роста международной торговли услугами и расширение их позиций в экономике всех стран - **характерная особенность** развития современной мировой экономики.





## Факторы бурного роста международной торговли услугами:

- длительный экономический подъем в большинстве стран, который привел к повышению темпов экономического роста, деловой активности, производительности труда, уровня доходности фирм и платежеспособности населения;
- увеличение доли услуг в структуре ВВП стран мира, особенно промышленно развитых;
- НТП способствовал росту объемов производства, образованию новых видов услуг и расширению сфер их применения;
- развитие международных экономических связей стран и форм международных экономических отношений.

Развитие структуры сферы услуг происходит по нескольким направлениям:

**Возникновение абсолютно новых видов услуг**, таких, как компьютерные услуги, информационные сети, электронная торговля, логистика, глобальные транспортные системы.

**Активное обособление и выделение в самостоятельные отрасли целого ряда видов услуг**, которые ранее носили внутрифирменный вспомогательный характер (например, маркетинговые услуги, бухгалтерские и юридические услуги и др.).


**Образование крупных интегрированных компаний**, поставляющих потребителю "пакет" услуг, дающий возможность использовать одного поставщика услуг. По такому принципу действуют крупные транспортные компании, предоставляющие потребителю транспортной услуги возможность доставки груза "от двери до двери" и "точно в назначенное время".

Развитие многопланового,  
многофункционального мирового рынка  
услуг привело к необходимости  
многостороннего регулирования  
международной торговли услугами и с января  
1995 года в составе Всемирной торговой  
организации (ВТО) начало действовать  
первое в истории Генеральное соглашение по  
торговле услугами (General Agreement on  
Trade in Services, ГАТС).

Главными мировыми экспортерами и импортерами услуг являются развитые капиталистические страны (почти 80% экспорта и 3/4 импорта услуг). На страны „большой семерки“ приходится почти половина мирового оборота услуг.

Для развивающихся стран характерно наличие отрицательного сальдо во внешней торговле услугами причиной такого положения является низкая концентрация капитала в этих странах, в то время как некоторые из них являются крупными экспортерами услуг.

Так, например, Республика Корея специализируется на инженерно - консультационных и строительных услугах, Мексика на туристических, Сингапур является крупным финансовым центром. Многие мелкие островные государства основную часть экспортных доходов получают за счет туризма.



## 4. Характеристика основных торгуемых услуг

**Международные транспортные услуги** - это услуги всех видов транспорта, обеспечивающих перемещение товаров (грузов) и людей (пассажиров) между двумя или более странами, и предоставляемые резидентами одной страны резидентам другой страны.

В зависимости **от вида транспорта**, используемого для перевозок различают морские, речные, воздушные, трубопроводные, космические, железнодорожные и автомобильные сообщения.

Наиболее универсальным и эффективным средством транспортировки больших объемов товаров (грузов) является морской транспорт. Его доля составляет около 65% от общего объема международных перевозок.

В международных пассажирских перевозках лидирует воздушный транспорт, который обеспечивает преимущество в скорости перевозок.

Железнодорожный, речной и автомобильный транспорт широко используются во внутриконтинентальной внешней торговле, а также при перевозках экспортных и импортных грузов по территории стран - продавцов и стран - покупателей.

Международные перевозки обслуживаются национальными перевозчиками различных стран, использующими для этого свой подвижной состав (морские и речные суда, самолеты, вагоны, автомобили), а также транспортные сети (железнодорожные, автомобильные, речные, воздушные) и транспортные узлы (морские и речные порты, аэропорты, железнодорожные станции, автостанции, грузовые и пассажирские терминалы), относящиеся к транспортным системам отдельных стран.



Перевозимые товары делятся на **сухие, или навалочные** (уголь, руда), **насыпные** (зерно, цемент, удобрения), **наливные** (нефть, нефтепродукты и т.д.) и **генеральные** (готовая продукция).

Главное направление в развитии мировой транспортной системы — **синхронизация работы разных видов транспорта**, их совместное функционирование в смешанных перевозках. Особенно интенсивно растут перевозки **товаров в контейнерах** и **генеральных грузов** в целом. Комплексное обеспечение таких перевозок в международном масштабе практикуется при **создании транспортных коридоров**.

В международной торговле нефтью и газом важную роль играют **трубопроводные системы**.

Основную часть международных транспортных услуг по перевозке грузов составляет **фрахтование**. Под фрахтованием понимается наем морского (реже воздушного) судна.

В международном судоходстве сложились две формы организации перевозок: **линейная** (регулярная) и **трамповая** (от англ. **tramp** — бродяга).

**Линейное судоходство** организуется на устойчивых географических направлениях с регулярным заходом в порты по расписанию.

**При трамповом судоходстве** капитан или владелец судна сам ищет груз и свободно перемещается в зависимости от спроса на тоннаж и предложения грузов.

Большинство судов ходит под чужими флагами, особенно под флагами стран открытого судового регистра, иначе называемых удобными, или дешевыми флагами (42 % всех судов, или 58 % мирового тоннажа).

«Удобные» флаги позволяют судовладельцам минимизировать затраты по налогам, оплате труда и другим параметрам.

Официально к странам открытого судового регистра относят Либерию, Панаму, Кипр, Сингапур, Бермудские острова и Содружество Багамских островов.

## Покупка и продажа международных транспортных услуг

осуществляется на международных транспортных рынках. Условия предоставления транспортных услуг и их стоимость определяет перевозчик или определяются на переговорах.

Отношения продавцов и покупателей с перевозчиком регламентируются заключенным между ними **договорами**, условия которых зависят прежде всего от вида транспорта.

Договор на перевозку грузов морскими трамповыми рейсами заключается в виде **чартера**, а на перевозку морскими линейными рейсами - в виде **коносамента**.

Договора на перевозку самолетами, железнодорожным и автомобильным транспортом оформляются соответствующими **накладными на перевозку**.

Страна I

Страна II

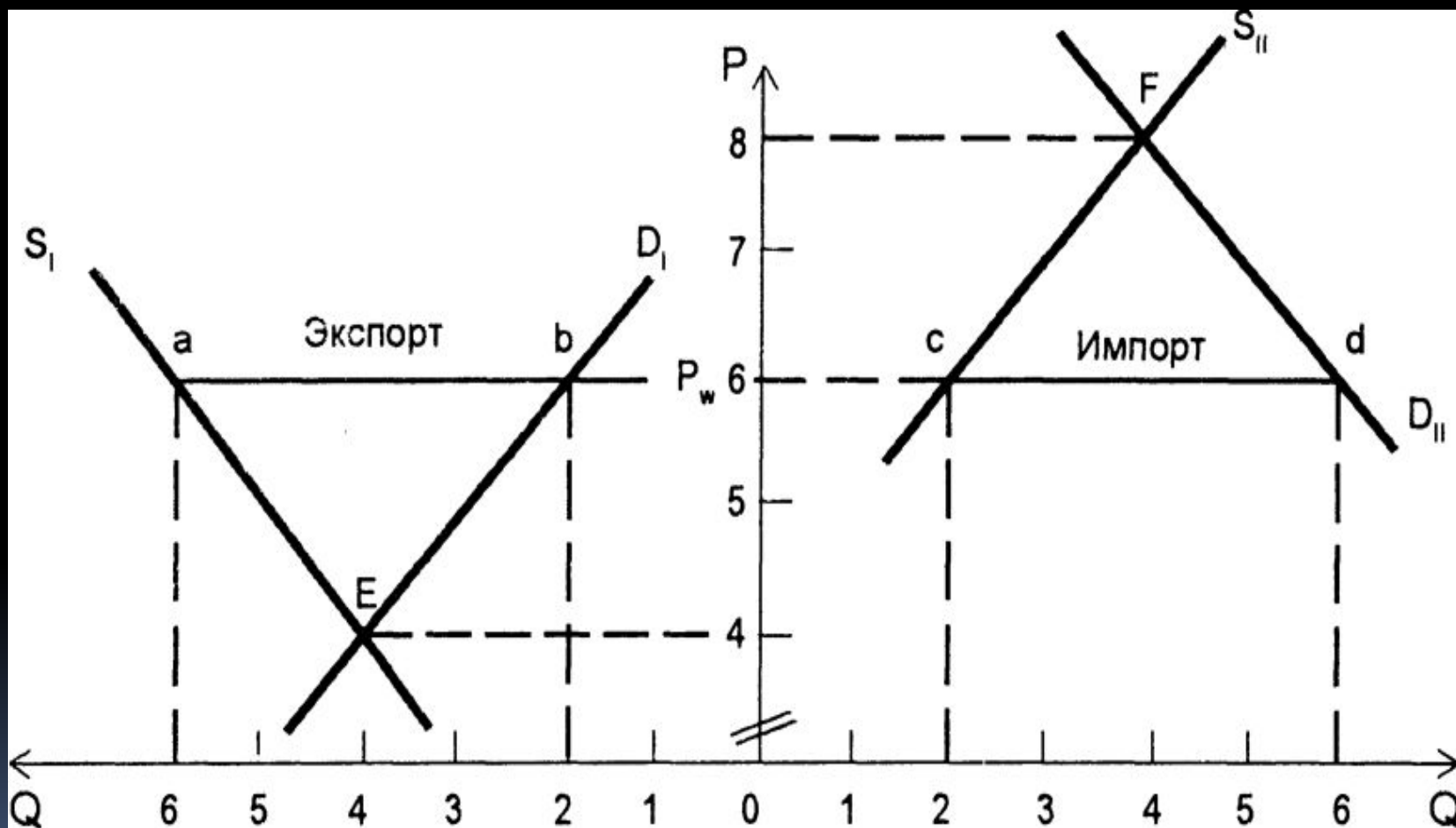


Рис. 1. а) Торговля без транспортных издержек

Страна I

Страна II

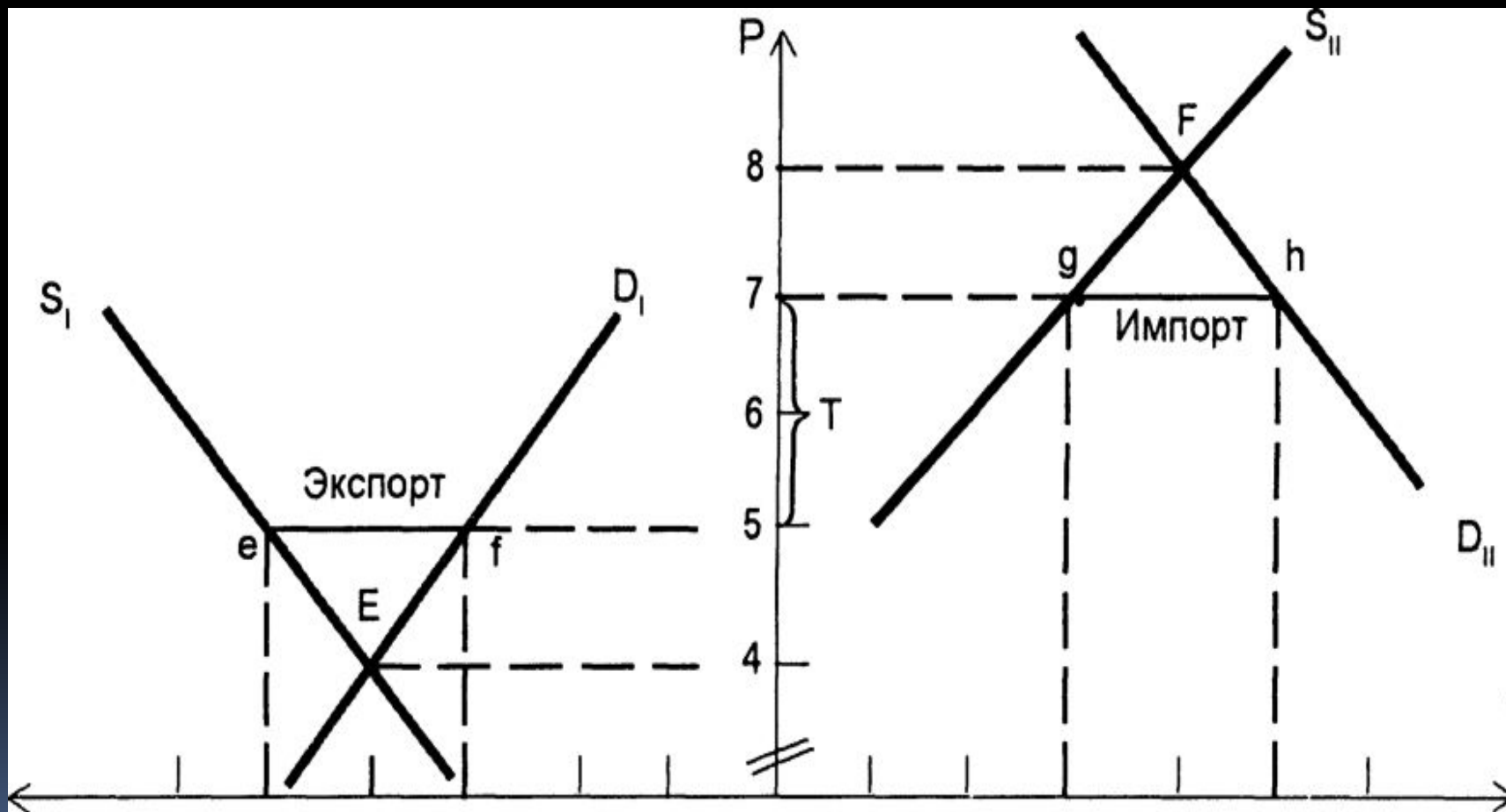


Рис. 2. б) Торговля с транспортными издержками

**Транспортные издержки** (transportation costs) — все затраты по доставке товара от продавца к покупателю, включающие стоимость фрахта, страхования, погрузки/разгрузки, упаковки/распаковки и другие сопутствующие расходы.

**Влияние транспортных издержек** на международную торговлю аналогично влиянию **возрастающих издержек производства**, а именно:

- они приводят к снижению объемов торговли (как экспорта, так и импорта), уровня специализации стран и, следовательно, размеров выигрыша от торговли;
- они препятствуют полному выравниванию стоимости факторов производства между торгующими странами;
- они обуславливают сдвиги в территориальном разделении труда — в размещении предприятий и отраслей;
- распределение транспортных издержек между торгующими странами зависит от эластичности спроса и предложения товара по ценам: чем ниже эластичность спроса в импортирующей стране, тем большую долю транспортных издержек платит она; чем меньше эластичность предложения товара в экспортирующей стране, тем большую долю транспортных издержек платит она.

Туризм, названный «феноменом столетия», особенно бурно стал развиваться после Второй мировой войны.

Международный туризм вносит сейчас наибольший вклад в международную торговлю услугами.

По размерам доходов туризм уступает ныне только торговле нефтью и нефтепродуктами – мировому „товару № 1“.




По данным ВТО (World Tourism Organization), каждый год по миру путешествуют более **600 млн. человек**, а доходы от международного туризма составляют **около 950 млрд. дол. США**. По прогнозам специалистов, **до 2020 года** доходы от туризма в глобальном масштабе достигнут **почти трех триллионов долларов**.

На туризм приходится **35% мировой торговли услугами**.

В туристической индустрии занято **более 200 млн. человек** или **10,6%** от числа занятых в других отраслях экономики.

Согласно прогнозам ВТО **в 2020 году** в выездном туризме примут участие **1,6 млрд. человек**.



Первыми международными туристами  
были древние греки: Пифагор и  
историк Геродот 2,5 тыс. лет назад  
путешествовали по другим странам с  
познавательной целью.

По международной статистике, туристом является любой человек, который временно посещает другую страну с любой целью, кроме профессиональной деятельности.

В международной экономике туристами считают лиц, которые провели за границей не менее 24 часов, но не более 1 года в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых и иных целях, без занятия в стране временного проживания оплачиваемой деятельностью.

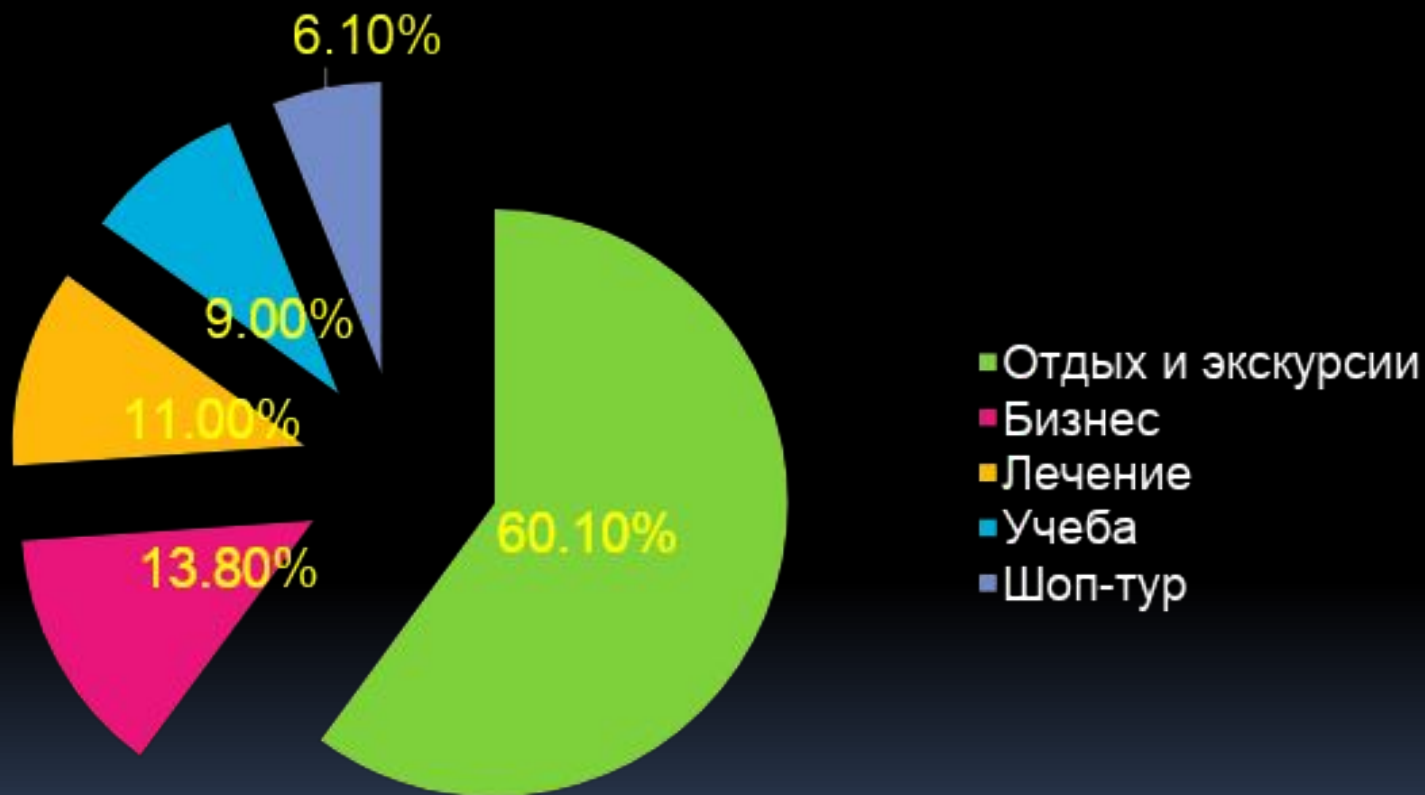
Путешественник, который провел за границей менее 24 часов, считается экскурсантом.

## Основные виды международного туризма:

- **рекреационный** - с целью отдыха, лечения, занятий спортом, поездки к родственникам, знакомым и т.д.;
- **научный** - для участия в конференциях, симпозиумах, конгрессах, научных выставках и т. п.;
- **деловой** туризм - встречи с деловыми людьми, посещение с целью посещения выставок, ярмарок и др..

А также выделяют: **экскурсионный, этнический, спортивный, религиозный туризм, караваннинг** (путешествие в небольших мобильных домиках на колесах) и др.

Рис. 3. Распределение группового туризма по целям путешествий



## Факторы развития международного туризма:

- совершенствования всех видов транспорта удешевило поездки;
- увеличение числа наёмных рабочих и служащих в развитых странах и повышение их материального и культурного уровня;
- интенсификация труда и получение трудящимися более продолжительных отпусков;
- развитие сферы услуг стимулировало развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций;
- ослабление ограничений на вывоз валюты во многих странах и упрощение пограничных формальностей.

Классификация Всемирной организации по туризму (ВОТ) предусматривает разделение всех стран на **две группы**:

- **страны - поставщики туристов**, или страны, импортирующие туристические услуги. К этим странам ВОТ относит США, Бельгию, Данию, Германию, Голландию, Новую Зеландию, Швецию, Канаду, Англию;
- **страны, которые принимают туристов**, или страны, которые экспортируют туристические услуги. К этим странам ВОТ относит Австралию, Грецию, Кипр, Италию, Испанию, Мексику, Турцию, Португалию, Францию, Швейцарию.

Наиболее активным является потребительский рынок **Европы** – **55%** от общего числа туристов.

За ним следует выездные туристы из **Азии** – **20%** и **Америки** – **16%**.

Поступления от иностранного туризма **составляют значительную долю ВВП** ряда островных государств: на Багамских островах — около **60%**, на Барбадосе — около **30%**, на Бермудских островах — около **40%**, на Сейшельских — около **35%** и т.д.

По прогнозам **к 2020 году** лидером стран по количеству принятых иностранных туристов может стать **Китай**.



Таблица 2. Доли рынка мирового туризма по странам, %

2005 г.		Страны	2011 г.	
место	доля, %		место	доля, %
1	9,45	Франция	1	8,01
3	6,12	США	2	5,87
4	5,83	Китай	3	5,87
2	6,96	Испания	4	5,78
5	4,54	Италия	5	4,73
6	3,49	Англия	6	3,12
9	2,52	Турция	7	2,99
8	2,66	Германия	8	2,89
13	2,00	Малазия	9	2,64
10	2,48	Австрия	10	2,36
7	2,73	Мексика	11	2,33

Необходимыми **составляющими предложения на рынке услуг туризма** является :




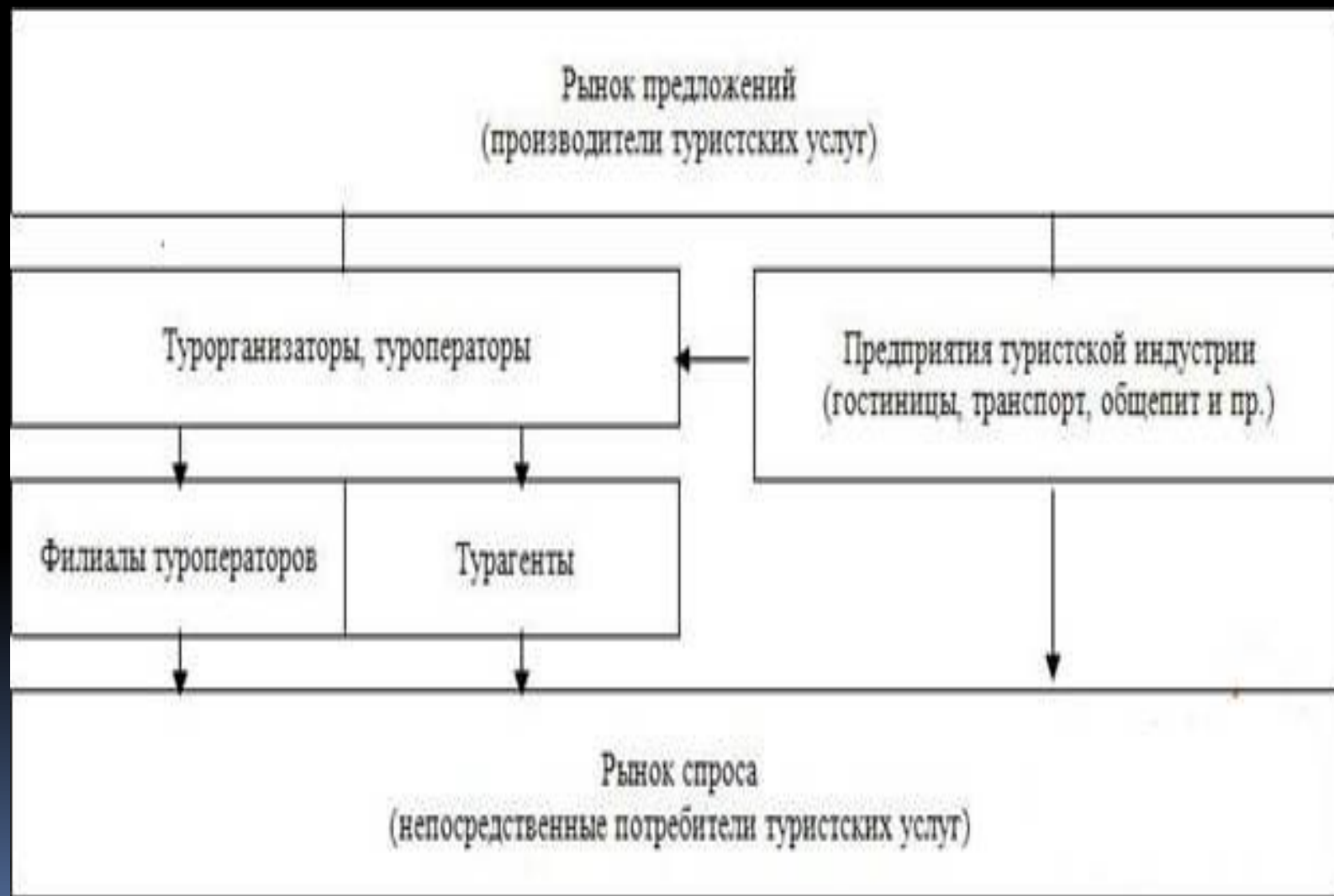
-  наличие **туристических фирм**, которые работают для удовлетворения потребностей туристов и получают прибыль;
-  развитая **туристическая индустрия** - гостиницы и другие места размещения туристов, средства транспорта, объекты общественного питания, организации экскурсионных услуг и турагентской деятельности и т.п.;
-  **туристические ресурсы** - природные, исторические, социально-культурные объекты а и также другие объекты, которые могут заинтересовать туристов.

Рис.4. Области туристского рынка



В организации и реализации туристических услуг участвуют туроператоры и турагенты.

**Туроператор** - это фирма (организация) или индивидуальный предприниматель, которая разрабатывает туристические маршруты, обеспечивающие их функционирование, организует рекламу, устанавливает цены на туры турагентам для выпуска путевок и их реализацию.

**Турагент** - это фирма или индивидуальный предприниматель, которая покупает туры (комплекс услуг по размещению, перевозке, экскурсионные услуги, питание туристов и т.д.) с туристическими маршрутами, разработанными туроператором, выпускает путевки и реализует их.

Одним из распространенных видов услуг на международных рынках является **инжиниринг**.

**Инжиниринг** — это инженерно-консультационные услуги, т. е. обособленный в самостоятельную сферу деятельности комплекс услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению процесса производства и реализации продукции, по обслуживанию строительства и эксплуатации промышленных, инфраструктурных, сельскохозяйственных и других объектов.

**Первоначально инжиниринг возник в Англии** в гражданском строительстве и ограничивался консультационной деятельностью в области сооружения дорог, мостов, портов, аэродромов, систем водо- и энергоснабжения, работ по мелиорации и др.

**Позднее** инженерно-консультационные услуги стали предоставляться также и в области промышленности.

Вся совокупность **инжиниринговых услуг** может быть разделена на **две** большие группы:

- услуги, связанные с подготовкой производственного процесса;
- услуги по обеспечению нормального хода производства и реализации продукции.

**Объектами инжиниринга** могут быть целые проекты или отдельные мероприятия, направленные на повышение эффективности производства.

Полный комплекс услуг и поставок, необходимых для сооружения нового объекта, называется **комплексным инжинирингом**. **Составляющими** его являются: проектно-консультационный инжиниринг, технологический инжиниринг, строительный (общий) инжиниринг, управленческий инжиниринг.

Международный рынок инжиниринговых услуг **тесно связан** с рынком объектов капитального строительства. Инжиниринговые фирмы часто выступают **в роли генеральных поставщиков и генеральных подрядчиков** при поставках комплектного оборудования и сооружении объектов.

В последние годы **крупные инжиниринговые фирмы** стали выступать **лидерами консорциумов**, объединяющих на основе солидарной ответственности поставщиков оборудования и производителей работ.

Международная торговля инжиниринговыми услугами базируется на **контракте** между заказчиком и зарубежной инжиниринговой фирмой.

**Контракт** содержит ряд специфических обязательств и условий, среди которых:

- перечень обязательств и работ со сроками их выполнения;
- сроки и графики выполнения работ;
- численность персонала инжиниринговой фирмы для выполнения работы на месте и условиях его проживания;
- особые условия и степень ответственности сторон за нарушение обязательств;
- условия перевода доли работ по контракту на субподряд;
- оплата обучения персонала.




Среди инженерно-консультационных фирм развитых стран можно выделить определенную специализацию, как по видам предоставляемых инжиниринговых услуг, так и по отраслевой направленности.

Так, американские, английские, японские, итальянские фирмы оказывают преимущественно инженерно-строительные услуги в полном комплексе, между тем как у французских фирм преобладают инженерно-консультационные услуги.

Почти 95% экспорта инжиниринговых услуг приходится на **фирмы развитых капиталистических стран**. Доминирующее положение на международном инжиниринговом рынке занимают **компании США**.

В развитых странах насчитывается **много тысяч фирм и организаций**, выполняющих работы типа инжиниринг. **В США**, например, зарегистрировано **свыше 25 тыс.** таких фирм различного профиля и объема деятельности.

**Основными импортерами** инжиниринговых услуг выступают **развивающиеся страны** (**более 80%** мирового импорта).





# 5. Государственное регулирование международной торговле услугами



## Меры регулирования доступа на рынок

(market - access measures) — инструменты торговой политики, ограничивающие или запрещающие иностранным фирмам-производителям услуг оперировать на местном рынке.





Меры регулирования доступа на рынок  
приобретают в основном форму  
количественных ограничений  
и включают:

- 1). **Ограничения на торговлю услугами.** Например, законодательное требование о том, что все импортные грузы должны страховаться только местными страховыми компаниями.
- 2). **Введение количественных квот на импорт иностранных услуг.** Примером может служить обязательное количество эфирного времени, которое отдается национальным радиостанциям, что является прямой дискриминацией против иностранных радиостанций.
- 3). **Ограничения на создание на внутреннем рынке филиалов иностранных компаний, предоставляющих услуги.** Например, во многих странах законодательство запрещает создание филиалов банков, страховых, туристических и иных иностранных компаний.

4). **Ограничения на передвижение производителей услуг.** Примером могут служить обязательное лицензирование и даже тестирование во многих странах иностранных врачей до того, как они получают разрешение заняться лечебной практикой.

5). **Ограничения на передвижение потребителей услуг.** Приобретают, например, форму лимитирования количества туристических виз, которые могут выдаваться нерезидентам в течение определенного периода времени.

## Вопросы к семинару 4:

1. Услуги, их сущность и классификация.
2. Особенности международной торговли услугами.
3. Динамика международной торговли услугами.
4. Особенности международного туризма, его динамика и влияние на мировой рынок.
5. Виды и особенности международных транспортных услуг.
6. Особенности инжиниринга как международной услуги.
7. Сущность, особенности и значение международного рынка информационных услуг.
8. Государственное регулирование международной торговли услугами.