



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:

Вид торгуемой услуги	Подвиды
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 заключаются 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

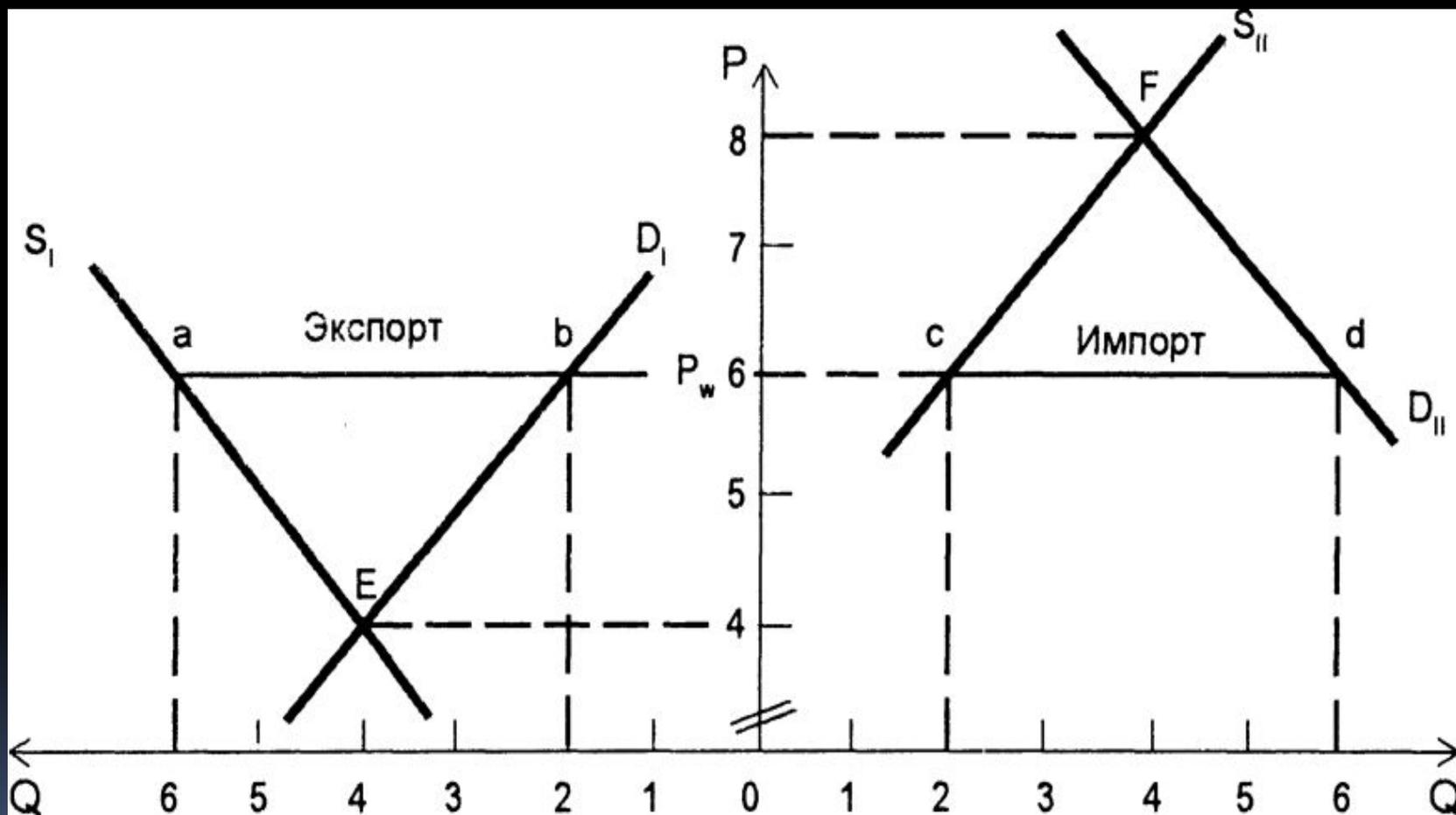


Рис. 1. а) Торговля без транспортных издержек

Страна I

Страна II

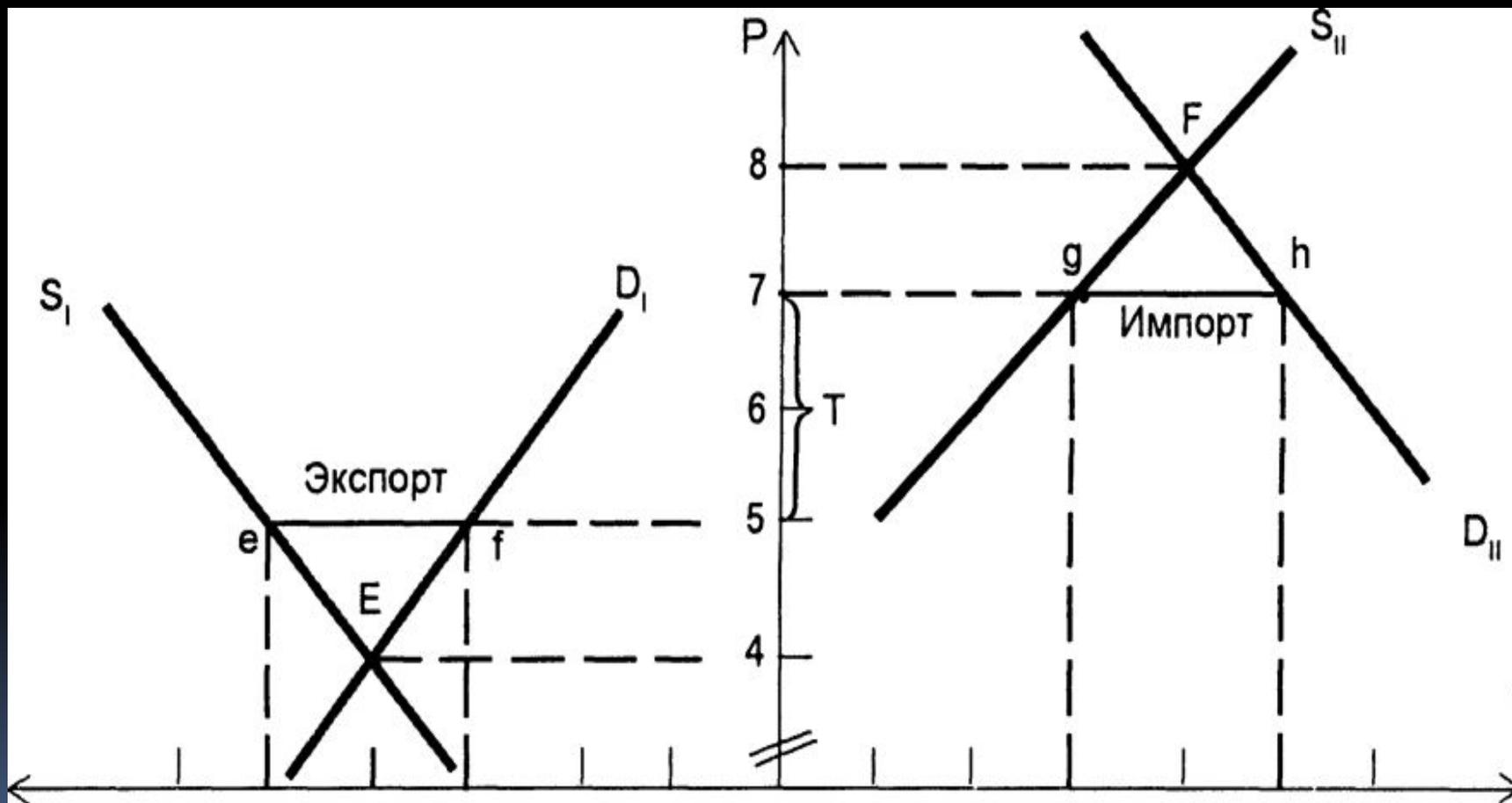


Рис. 2. б) Торговля с транспортными издержками

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.

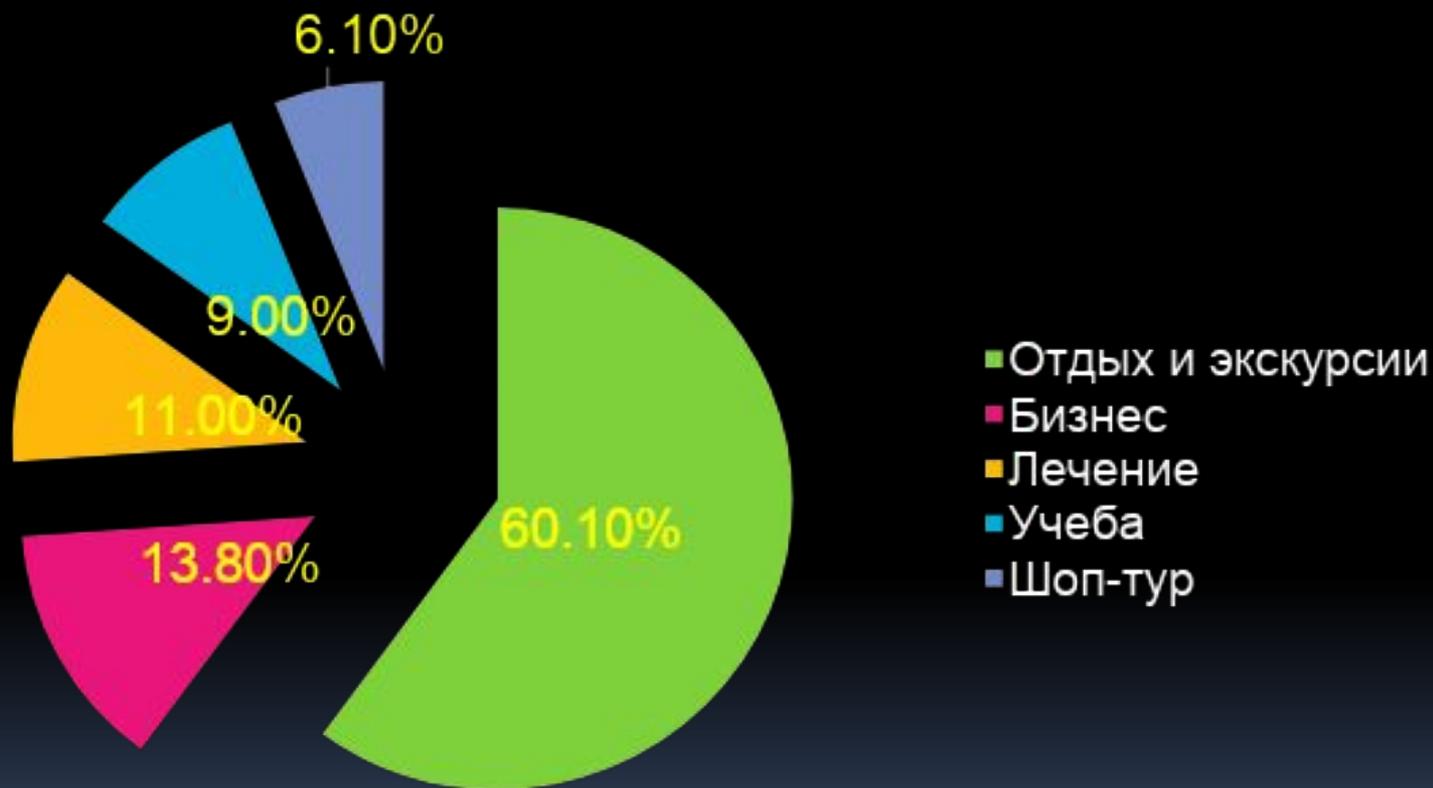
Путешественник, который провел за границей менее 24 часов, считается экскурсантом.

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**.

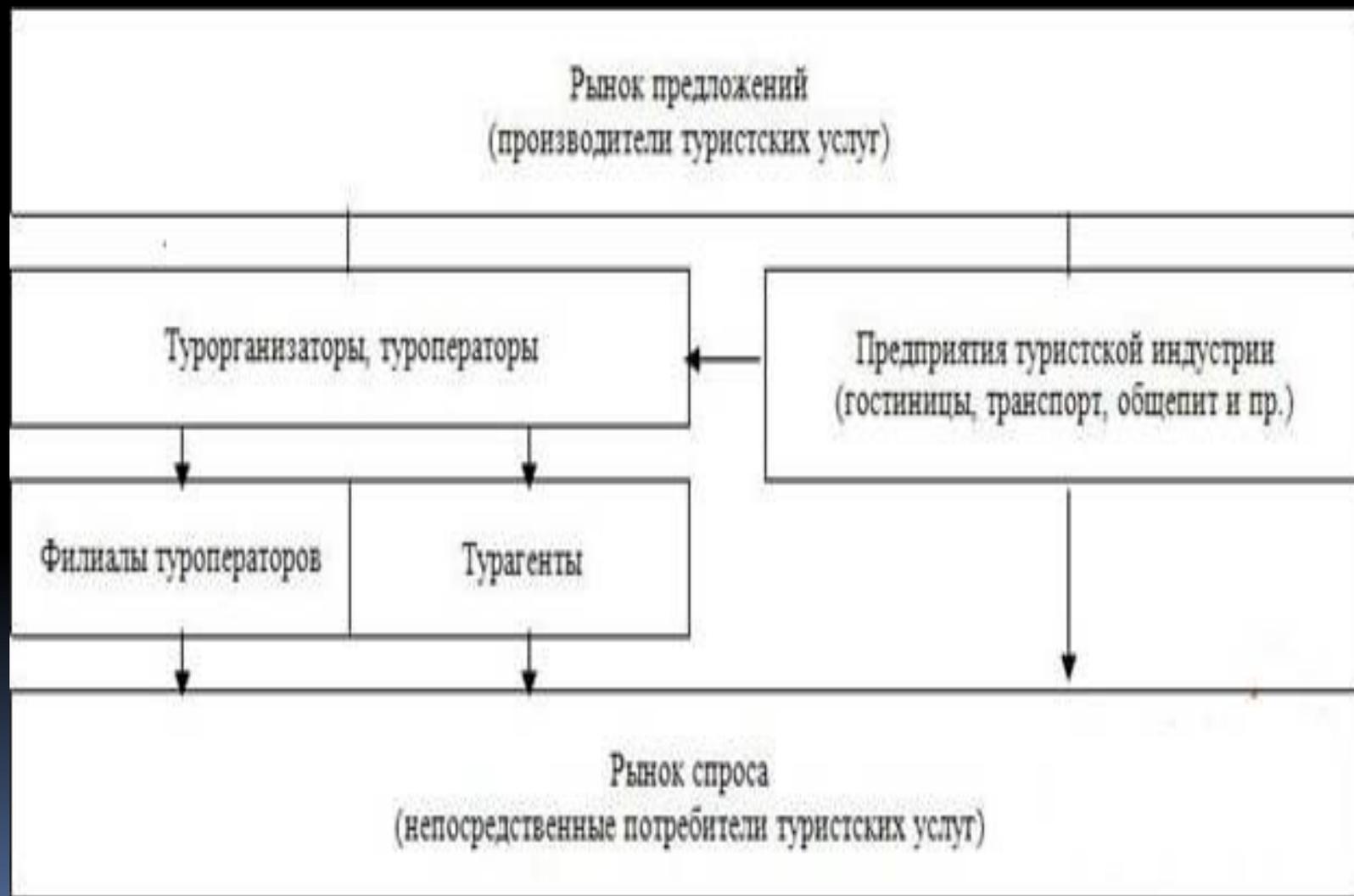
Таблица 2. Доли рынка мирового туризма по странам, %

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.