

1. Характеристика и классификация услуг

Важную и все более возрастающую часть в международной торговле занимает торговля услугами. Стоимость мировой торговли коммерческими услугами составляет около четверти стоимостного объема торговли товарами.

Услуги - продукт многообразных видов деятельности и коммерческих занятий, связанных с удовлетворением широкой совокупности потребностей людей.

Услуги - это тоже товары, но часто услуги неосвязаемы, поэтому их называют в МЭО «невидимым» экспортом и импортом. Полезный эффект услуги экспортируется посредством передачи материального носителя (документ, обзор, обученный специалист), непосредственно услуги (транспорт, связь и т.п.) или временным перемещением производителя или

Различия товаров и услуг

Товары

Осязаемы

Видимы

Поддаются хранению

Торговля товарами не
связана с производством

Экспорт товара означает
вывоз товара с таможенной
территории страны

Услуги

Неосязаемы

Невидимы

Не поддаются хранению

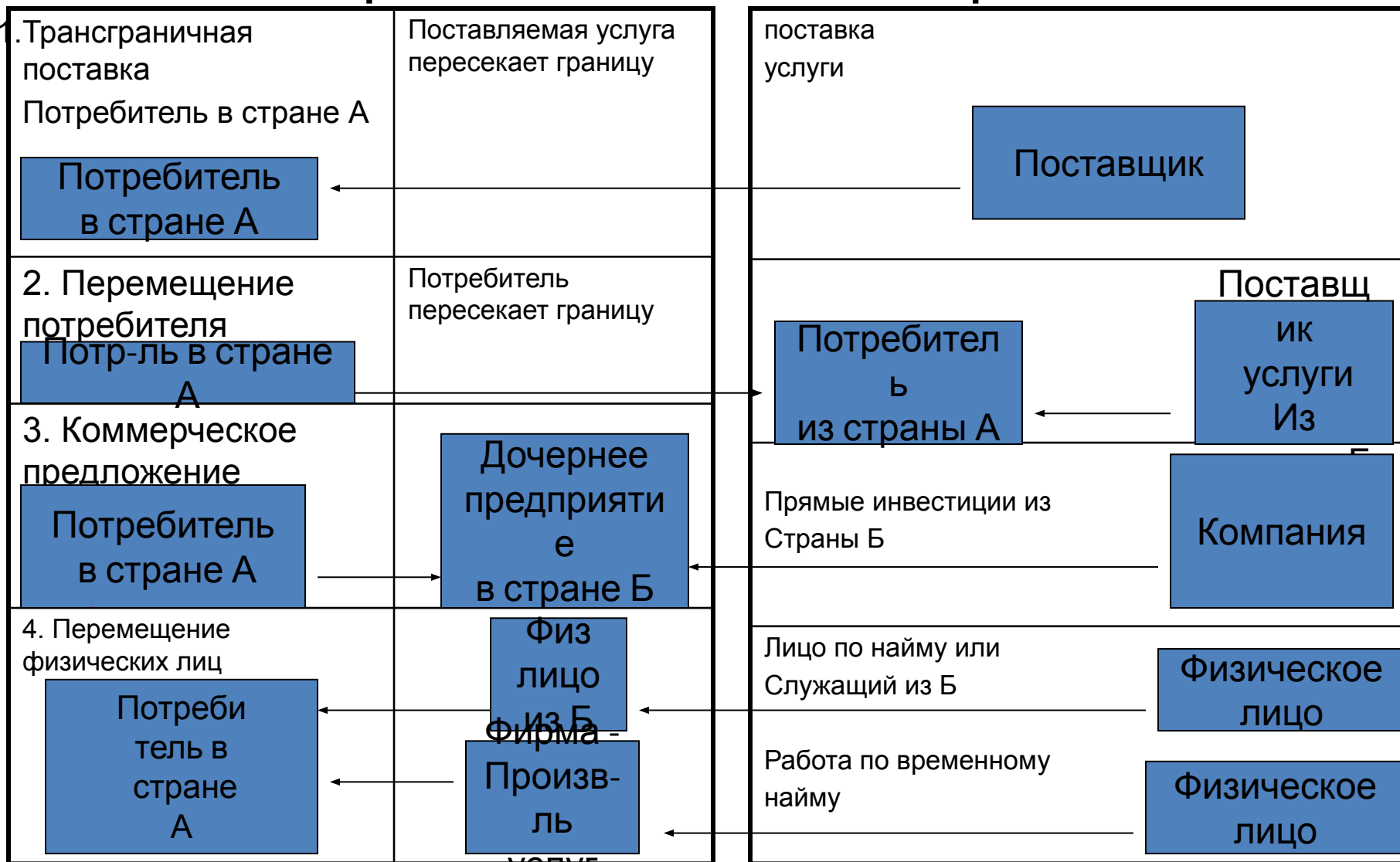
Торговля товарами
связана с производством

Экспорт услуги означает
оказание услуги иностранцу
(т.е. нерезиденту), даже если
он находится на таможенной
территории страны

Способы предоставления услуг:

страна А

страна Б



УСЛУГ

Классификация услуг

- **Деловые услуги. 34%.**
- А. Профессиональные (правовые, бухгалтерские, налоговые, архитектурные, медицинские и др.) **8,0%**
- Б. Коммерческие услуги (консультация, обработка данных, ведение банка данных и др.) **2,0%**
- В. Научно-исследовательские услуги (естественные науки, социальные и гуманитарные науки, междисциплинарные услуги) **2,0%**
- Г. Услуги, связанные с арендой недвижимости **11,0%**

2. **Коммуникационные** 5,2%, в т.ч. а) Почтовые и курьерские 0,6%; б) телекоммуникационные 3,9%; в) аудиовизуальные 0,9%.
3. **Строительные и конструкторские** 6,4%.
4. **Дистрибьюторские** 19,0%.
5. **Образовательные** 0,3%.
6. **Охрана окружающей среды** 0,2%.
7. **Финансовые услуги** (страхование, банковские ...) 9,8%.
8. **Медицинские** 4,7%.
9. **Развлечения, культурные, спортивные** 0,8%.
0. **Транспортные**, в т.ч. трубопроводный (1%) 8,2%.
1. **Другие виды** 8,4%

Перечень барьеров в торговле услугами

Способ поставки услуг	Виды барьеров и их направленность		
	Ограничения доступа на рынок	Ограничения национального режима	Другие виды ограничений
1. Трансграничная поставка	Квоты на услуги и на поставщиков услуг	Использующие механизм ценообразования: налоги, сборы, субсидии.	Правительственные закупки. Неравный доступ к
2. Перемещение потребителя	Визы, вид на жительство, мед. сертификаты	Лимиты на вывоз валюты, налоги и сборы, медстрах, признание докум-ов, ограничение передвижения, на владение землей	Меры, регулирующие потребительский спрос со стороны иностранцев
3. Коммерческое предложение	Полное или частичное ограничение иностранных инвестиций	Видов деловых операций, деловой активности, налоги, перевод средств за границу,	Протекционизм для сферы услуг, интеллектуальной собственности, законодательства
4. Перемещение физических лиц	Визы, разрешение на найм, лицензирование и квотирование.	Гражданских и имущественных прав, на въезд членов семьи, перевода зарплаты, налогообложение	Условия высылки, культурные барьеры, признание квалификации

Международные транспортные услуги - это услуги всех видов транспорта (морской, наземный, воздушный, трубопроводный, речной...), оказываемый резидентами одной страны резидентам другой страны.

Транспортные издержки составляют примерно 5% мирового экспорта

Влияние транспортных издержек на международную торговлю

1. Уменьшают экспорт;
2. препятствуют выравниванию цен товаров, услуг, факторов;
3. влияют на специализацию;
4. распределяются между экспортером и импортером в зависимости от эластичности спроса и предложения.

Транспортные услуги включают в себя следующий комплекс:

непосредственно перевозка грузов;

погрузочно-разгрузочные работы;

складское хранение;

сервисное обслуживание перевозочных средств;

система арендования/фрахтования средств перевозки и транзитных пунктов хранения грузов;

экспедиторские услуги;

транспортная логистика;

организация эффективной системы отслеживания грузов;

страхование грузов и многое другое.



Особенностями рынка транспортных услуг являются:

невещественный характер транспортной продукции, как и всякой услуги (невозможность накопить «про запас», совпадение процессов производства и реализации и т. п.);

пространственная разьединенность полигонов реализации транспортных услуг, их не взаимозаменяемость, что ограничивает внутриотраслевую (на одном виде транспорта) конкуренцию;

всеобщность и массовость транспортного рынка в обществе, его монополизм;

роль железнодорожного транспорта на транспортном рынке в значительной мере зависит от его универсальности, производительности, размещения коммуникаций, уровня технической оснащенности, провозной и пропускной способности, стоимости, удобства и безопасности перевозок. Эти показатели характеризуют объем и качество предложений транспортных услуг;

спрос же на них по грузовым перевозкам формируют общественно необходимые потребности в материальном обмене. Соотношение спроса и предложения на транспортные услуги по видам транспорта определяет уровень участия каждого из них в работе транспортной системы и одновременно является стимулом их развития.

Морской транспорт

Тоннаж (дедвейт)	1996 г. - 758,2 млн т, 1997 г. - 780 млн т, 2000 г. - 880 млн т, сухогрузный (30%), танкерный (100 - 30 = 70%)
Объем перевозок	5 млрд т грузов ежегодно
Темп роста объема перевозок	4% /год
Страны, владеющие большим торговым флотом	Япония, Греция, США, Великобритания, Норвегия, Гонконг, Россия, Китай, Германия
Замечание	Перевозки внутренним водным транспортом снизились из-за развития автоперевозок

Трубопроводный транспорт . Развивается динамично в США, РФ и др.

Особенность - дешевое транспортирование

Железнодорожный транспорт. Объем перевозок 3,7 млрд т грузов ежегодно

Воздушный транспорт. Большею частью занят в международных перевозках (54%). Развивается динамично

Автомобильный транспорт. 16 млрд т грузов ежегодно
Во внутренних перевозках (95%).

Ежегодный объем прироста перевозок 3,5% в год.

В международных перевозках Европы лидируют Volvo, Mercedes, Man, DAF

Место российских фирм. В международных перевозках (в РФ - 11 тыс. авто) почти полностью вытеснены с рынка перевозок экспортных и импортных товаров РФ, Польшей (20 тыс. авто), Болгарией (20 тыс. авто), Литвой -12, Украиной -11, Латвией - 10, Словакией - 5,5

Международный туризм входит в число трёх крупнейших отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению, удельный вес которых в мировом экспорте 11% и 8,6% соответственно.

В 60-70 гг. приобрел всемирный характер с повышением уровня жизни. В 1991 году суммарный доход стран мира от международного туризма составлял 3% от общего объёма мирового экспорта и 7% от мирового экспорта услуг. Доходы туристических фирм в мире - 500 млрд \$ (в т.ч. США - 80 млрд \$, Испания - 37 млрд \$, Франция - 34 млрд \$, Италия - 22 млрд \$, Китай - 20 млрд \$, Россия - 4 млрд \$).

Темп роста объемов услуг 4,5-5% в год.

Туристическое агентство - это розничная фирма, выступающая посредником между обслуживаемыми предприятиями или туроператорскими фирмами, с одной стороны, и клиентами-туристами, с другой.

Туроператорская фирма - это туристическая оптовая фирма, выступающая посредником между предприятиями туристской индустрии и турагенствами.

Наибольшего развития крупные компании достигли в развитых странах. Во Франции, например, на долю 13 крупнейших туристических корпораций приходится 50% реализуемых туров, в Германии 3 крупнейшие туристические корпорации “TUI”, “Nekkerman” и “ITS” сосредоточили в своих руках 70% рынка.

В мире насчитывается около ста **гостиничных “цепей”** с общим числом номеров 1,6 млн. Ведущие из них - “Holiday Inn”, “Sharaton”, “Hilton”.

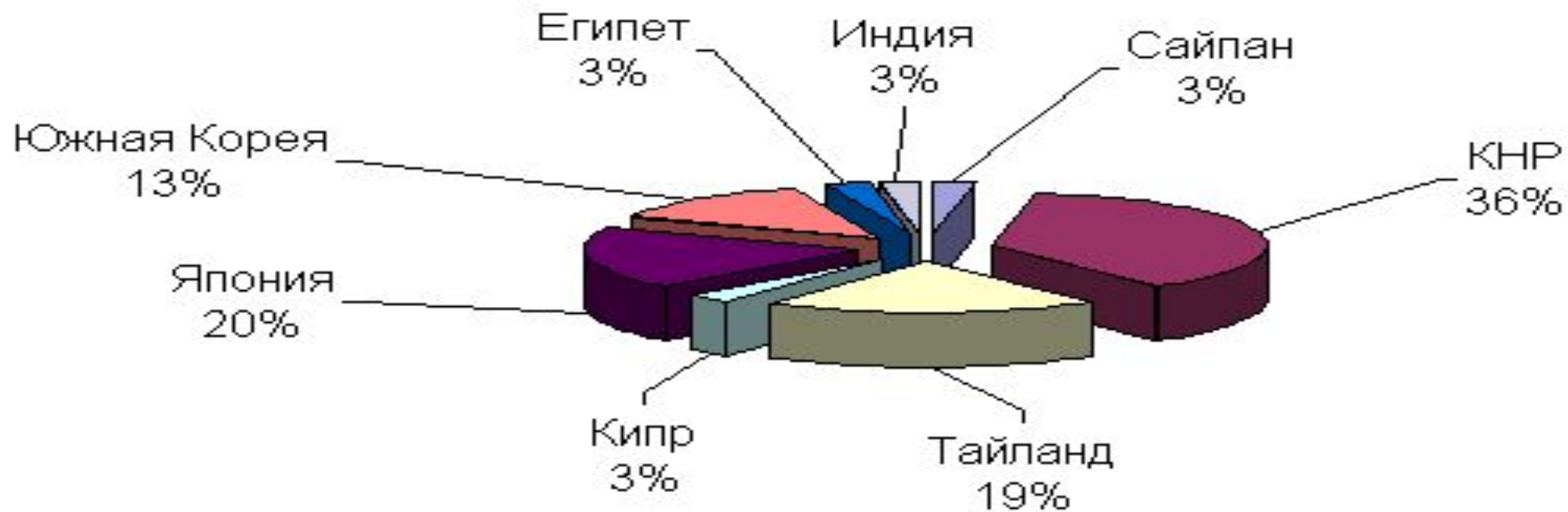
Проникновение в туристический бизнес транспортных, торговых, банковских, промышленных, страховых компаний. Косвенный и вторичный эффект туризма - увеличение спроса на отечественные товары, рост занятости, доходов занятых, увеличение спроса на товары поставщиков

Особенности сферы туризма. Засилье ТНК. Возрастание стоимости из-за высокого уровня капиталоемкости

Рисунок 11
Наиболее популярные европейские направления



Рисунок 12
Наиболее популярные экзотические страны



Рынок технологий

Рынок технологий — это обмен технологиями в коммерческой и некоммерческой форме, относится к прочим услугам по классификации ВТО. **Обмен в некоммерческой форме** Это публикации, выставки, конференции... . **Обмен в коммерческой форме.** Это лицензионные соглашения - передача прав пользования патентами, технической документацией, инжиниринговые услуги, стажировка специалистов; лизинговые *{leasing}*.

Предпосылки создания международного рынка технологий

- Появление в XVIII-XIX в.в. патентных систем;
- неравномерность научно - технического развития;
- вклады ведущих стран в НИР, вклад США в НИР больше, чем пяти следующих стран: Франции, Великобритании, ФРГ, Италии, Японии

Агенты

Крупные компании и мелкие инновационные фирмы (венчурные компании)

Современные особенности

- Экспорт услуг, связанных с наукоемкой продукцией;
- Увеличение соответствующих государственных расходов:

Международные рынки инжиниринговых, консалтинговых, информационных услуг

***Инжиниринг** (Engineering services) -услуги по подготовке процесса производства и реализации продукции, обслуживания объектов: инженерно-расчетные, услуги в процессе строительства.*

Развитие рынка инжиниринговых услуг зависит: 1. от инвестиций; 2. от НТП; 3. от наличия свободного капитала (для этого рынка).

Крупные компании в Великобритании, Нидерландах, Швеции, Финляндии.

Большая часть контрактов в Азиатско-тихоокеанском регионе (53%), Европе (38%)

В рыночной экономике в инжиниринговую деятельность вовлечено большое число фирм. Часть из них объединена в международные союзы. Однако далеко не все инжиниринговые фирмы входят в объединения. Так, в США лишь 8100 фирм из почти 25000 входят в ФИДИК (т.е. 1/3 общего числа фирм), а в Швеции лишь 150 из 1500 (1/10 фирм).

Объединения инжиниринговых фирм

- Европейский комитет инженерно-консультационных фирм Более 500 фирм Более 110 тыс. чел.
- Международная федерация инженеров-консультантов (ФИДИК) Около 6000 фирм Около 150 тыс.чел.

Консалтинг (*consulting services*) - консультации и помощь в решении деловых проблем.

Включает

- управление фирмой, менеджерами;
- помощь в организации деятельности;
- формирование имиджа;
- аудит-консалтинговые сети, налоговый консалтинг, создание компьютерных сетей логистики, менеджмента. ..

Темп роста С 60-х гг. прирост до 15% в год.

Крупные компании

Американские, японские (мозговые центры, персонал, производство, продвижение товаров за рубеж)

Большая часть заказов приходится

- В мире - на разработку управленческих решений (80% заказов);
- в РФ - на аудиторско-консалтинговые услуги

Информационные услуги (*Information and/or data services*) - предоставление деловой, правовой, медицинской, экологической информации.

Владельцы информации

Издательства, НИИ, специализированные учреждения

Большая часть рынка

У ведущих стран - США > 50%, Японии, Великобритании (до 3/4 рынка).

Особенности рынка

- рост спроса;
- компьютеризация;
- относительное увеличение виртуальной части;
- возрастание роли этих услуг

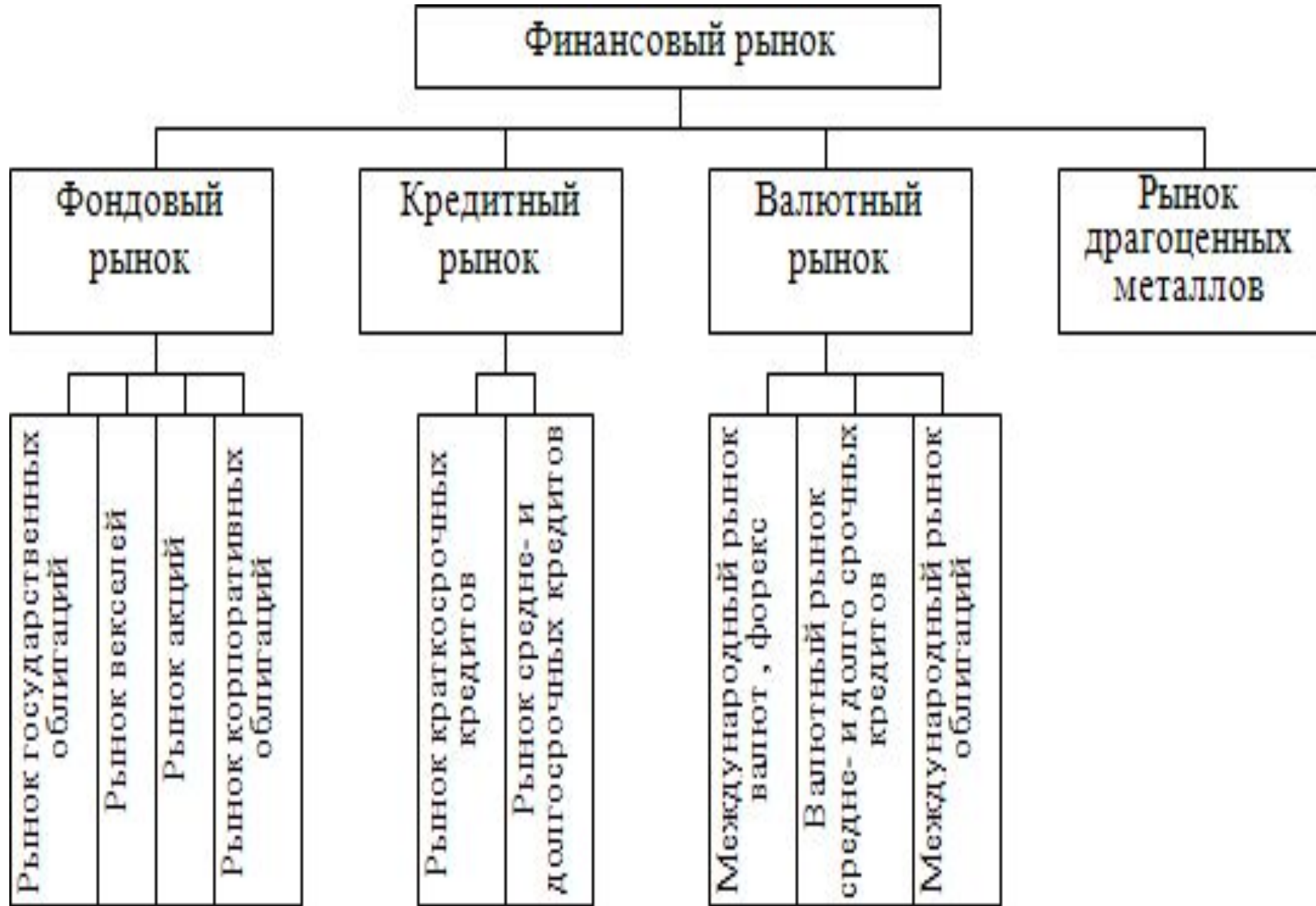
Банковские услуги.

Основные операции кредитные, депозитные, эмиссионные (ценных бумаг) **Агенты** - Крупные национальные банки и ТНБ

Ведущие банки: Японии, Франции, Англии

Особенности рынка. Происходит слияние, укрупнение компаний на этом рынке; создаются офф-шоры банковской деятельности в США, Японии

Структура финансового рынка



Мировой рынок страховых услуг

В настоящее время мировой рынок страховых услуг представляет собой сложную систему взаимодействия национальных и региональных рынков страхования, а также систему страховой защиты международных потоков товаров, работ и услуг

Размер этого рынка оценивается в 4,3 трлн. долл.

Всемирное лидерство на страховом рынке принадлежит «AIG» (American International Group), которая основана в 1919 году Корнелиусом Вандер Старром в китайском Шанхае. Капитализация средств более \$172 млрд. Более 50 млн. клиентов

92 тыс сотрудников в 130 странах мира

На второй и третьей строчке мирового рейтинга располагаются французская «AXA Group» и немецкая «Allianz Worldwide»

Основные услуги по страхованию рисков

- транспортных (каска, карго);
- личного (например, в туристической поездке);
- ответственности (например, за невозврат кредита)

Ведущие компании - США, Великобритании, Японии

Особенность рынка. Проходит слияние, укрупнение компаний на этом рынке

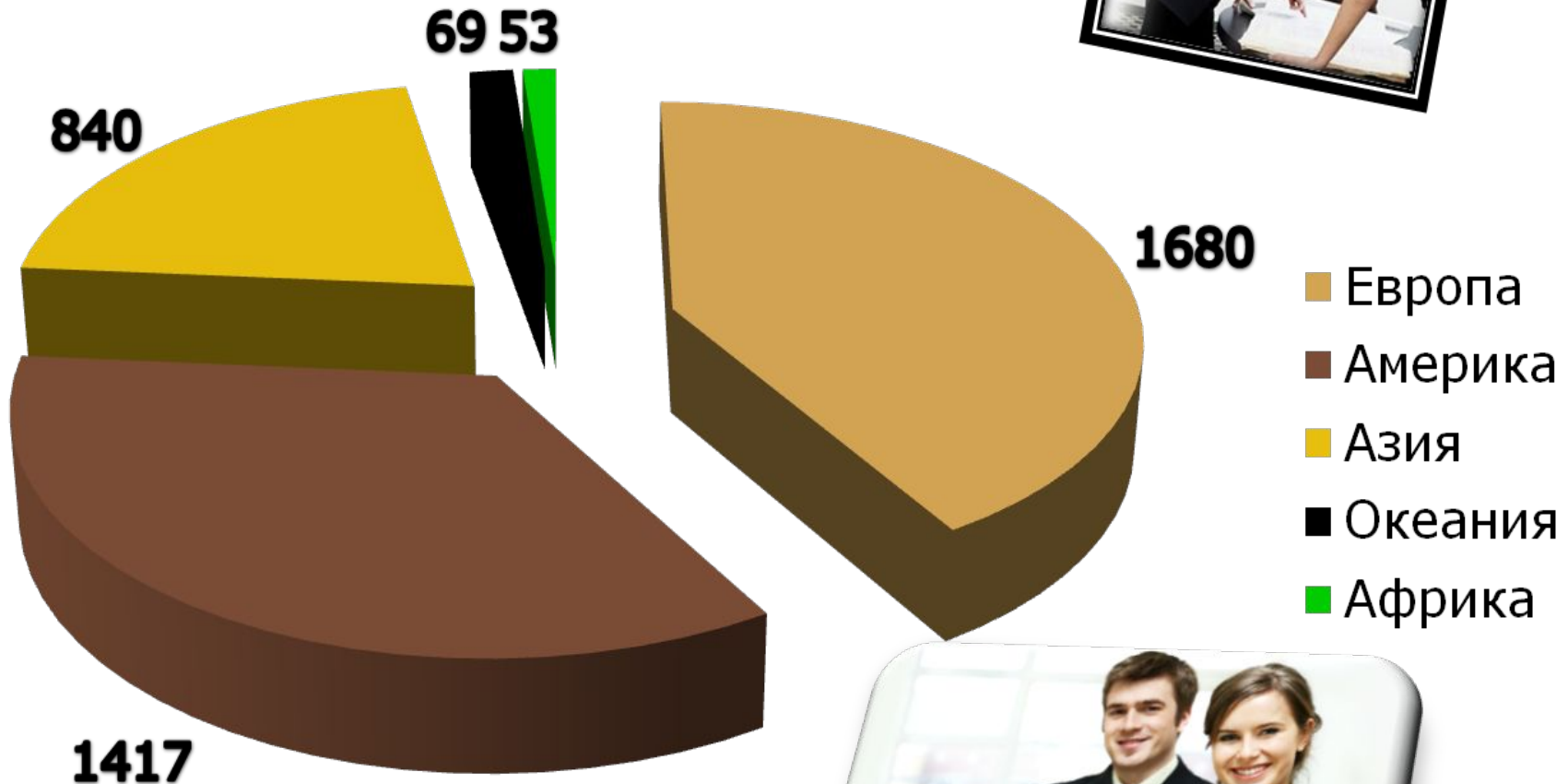
- В настоящее время Россия занимает скромное место на мировом рынке страховых услуг — всего **0,2%** мирового объема страховых премий.
- На конец **2009** г. доля застрахованных рисков в России составляет лишь **10-15%** против **90-95%** в промышленно развитых странах.

Сравнительные показатели рынка страховых услуг разных стран в 2001 и 2008 гг.

	Доля мирового рынка, %	Доля страховых премий в ВВП, %	Премия на душу населения, долл. США	Доля мирового рынка, %	Доля страховых премий в ВВП, %	Премия на душу населения, долл. США
США	37,54	8,97	3266,0	30,28	8,9	4086,5
Великобритания	9,07	14,18	3393,8	11,42	15,7	7113,7
ФРГ	5,14	6,59	1484,2	5,49	6,6	2662,1
Россия	0,39	3,06	65,8	0,73	2,4	209,4
Чехия	0,09	3,74	206,4	0,16	3,7	631,3
Польша	0,22	3,07	140,0	0,38	3,7	411,0
Индия	0,49	2,71	115	1,34	4,7	46,6
Китай	1,06	2,20	20,0	2,28	2,9	69,6
В среднем по всем странам мира	-	7,83	393,3	-	7,5	607,7

В млрд долл. сша

Объём страховых премий среди конт



Тенденции развития:

Ускорение концентрации страхового и перестраховочного капитала, что проявляется в массовых слияниях и поглощениях страховых и перестраховочных обществ, формирование на этой основе транснациональных страховых обществ – ТНС.

Сращивание страхового, банковского и ссудного капитала в огромных масштабах, приводящее к формированию транснациональных финансовых групп;

Концентрация на рынке страховых посредников, проявляющаяся в формировании крупнейших международных страховых брокеров посредством слияний и поглощений

Изменение системы продаж страховых полисов: растет ежегодный интернет-оборот

Концентрация потребителей страховых услуг, проявляющаяся в росте капитализации ТНК и изменяющая их спрос на традиционные страховые услуги