

Челябинский государственный университет
Институт экономики отраслей бизнеса и администрирования
Кафедра «Экономика отраслей и рынков»

**Предмет:
«ГЕОЭКОНОМИКА»**

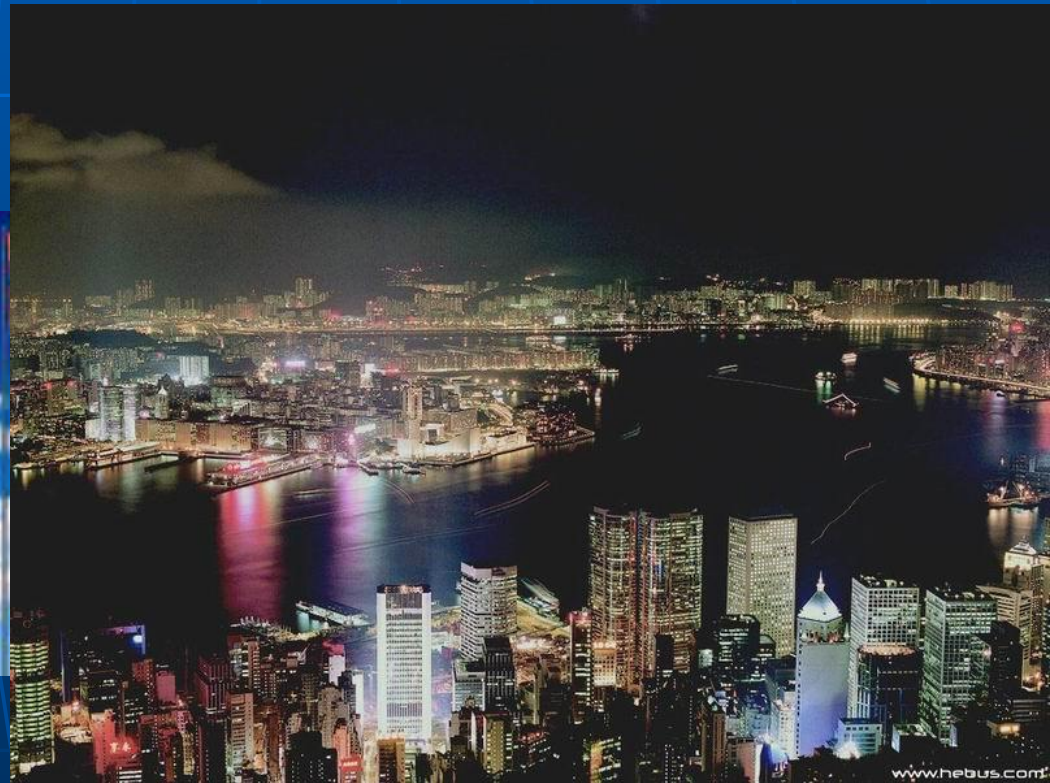
Преподаватель:
Доктор экономических наук,
Профессор кафедры экономики
отраслей и рынков
КАЛЕДИН Сергей Викторович

- <https://infourok.ru/user/kaledin-sergey-viktorovich/material>
- <http://www.famous-scientists.ru/15303/>



Тема 6

Лекция: «Международная торговля услугами»



Международная торговля услугами: особенности, структура и динамика

Международная статистика свидетельствует о том, что мировая торговля услугами является одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства. По данным Мирового банка экспорт услуг за 1980—1998 годы вырос в 3,6 раза, увеличиваясь в среднем на 8% в год. Увеличение торговли товарами за тот же период было менее значительным — в 2,8 раза (6% ежегодно). В 1999 году экспорт услуг составил 1338 млрд. долл., или 19,5% от экспорта товаров.



Понятие «услуга» имеет широкий спектр определений. В общем виде под **услугами принято понимать разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде.**

Отличия услуг от товаров в материальной форме в том, что,

- во-первых, они не осязаемы и невидимы;
- во-вторых, не поддаются хранению;
- в-третьих, производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту.

*



Этим обуславливаются **особенности международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами.**

Среди них:

- 1) экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя;
- 2) в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца;
- 3) ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот;
- 4) торговля услугами имеет специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном так и на международном уровнях.



Характеристики мирового рынка услуг

- 1) высокая степень дифференциации услуг как по потребительским характеристикам (горизонтальная дифференциация), так и по уровню качества (вертикальная дифференциация);
- 2) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре и коротким периодам реагирования на ее изменения, существенностью фактора сезонности; значительностью влияния рекламы, моды, информированности;
- 3) выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем значимости (насущности) услуги, обеспеченности товарами длительного пользования, национальных традиций и особенностей потребления, стиля жизни и т.д.;
- 4) существенность неценовых барьеров входа на рынок и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий, хотя в отдельных отраслях такового может не быть;
- 5) присутствие на рынке услуг социально значимых благ (жилье, образование, медицина и др.), производство и реализация которых требуют регулирующей роли государства и финансирования из общественного сектора;
- 6) большая территориальная привязанностью и локализованностью обслуживания для мирового рынка услуг по сравнению с рынком товаров.



Проблемы регулирования международного рынка услуг

Мировой рынок услуг регулируется международными организациями. В числе некоторых причин, которые затрудняют регулирование международной торговли услугами, можно выделить следующие:

1) сложности, которые связаны с оценкой стоимости экспортируемых услуг.

2) нередкое наличие как коммерческой, так и некоммерческой составляющей при экспорте услуг. Данная ситуация характерна для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой;

3) недостаточное внимание, уделяемое проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями, например отсутствие соответствующих законодательно-нормативных актов.



Долгое время услуги, согласно Международной стандартной классификации, принятой ООН, относились к **«неторгуемым» товарам, т.е. товарам, которые потребляются в той же стране, где они и производятся.**

По мере развития НТП, интернационализации хозяйственной жизни часть услуг была вовлечена в мирохозяйственный оборот и появился термин «торгуемые услуги», которые по рекомендации МВФ отражаются в платежном балансе страны



В соответствии с руководством МВФ по составлению платежного баланса все торгуемые услуги подразделяются на следующие 11 видов, в рамках которых существуют подвиды:

- транспорт (грузовой, пассажирский);
- поездки (деловые, личные);
- связь (почтовая, курьерская, телефонная и т.п.);
- строительство;
- страхование (рисков, личное);
- финансовые услуги (между резидентами и нерезидентами, брокерские услуги, обмен валют);
- компьютерные и информационные услуги;
- роялти и другие лицензионные платежи;
- другие бизнес - услуги (посредничество, лизинг, правовые, рекламные);
- лицензионные культурные и рекреационные услуги (аудиовизуальные, выставки);
- правительственные услуги.



Услуги делятся также на:

- **факторные услуги** - платежи, возникающие в связи с международным движением факторов производства, прежде всего капитала и рабочей силы (доходы на инвестиции, роялти и лицензионные платежи, зарплата нерезидентов);
- **нефакторные услуги** - остальные виды услуг (транспорт, путешествия и другие нефинансовые услуги).



В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие **основные формы международной торговли услугами**:

- **поставка услуг через границу (трансграничная торговля) (cross-border trade)**, когда торговля происходит с территории одной страны на территорию другой (международный транспорт, особенно морской и воздушный, радиостанции, спутники связи и т.п.). В данном случае границу пересекает сама услуга, а не ее поставщики или потребитель;
- **перемещение потребителя услуг в страну их производителя (туризм, образование, медицина) (consumption abroad)**;
- **временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг (квалифицированных служащих ТНК или лиц определенных профессий: консультантов, инженеров, врачей, спортсменов, артистов) (presence of natural persons providing services)**;
- **коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны (банковское, страховые, аудиторские, рекламные и другие услуги) (commercial presence, либо - right of establishment)**.



В последние два десятилетия на мировом рынке услуг четко проявились **следующие тенденции в развитии его отдельных сегментов:**

— снизилась доля фрахта и других транспортных услуг (с 42,0% в 1980 году до 21,9% в 1999 году), что связано с уменьшением удельного веса сырья в международной торговле;

— увеличилась доля туризма в экспорте услуг, что обусловлено ростом доходов населения, совершенствованием средств транспорта, развитием инфраструктуры туризма (с 28,0% до 43,2% в 1980-1999 гг.);

— по темпам абсолютного роста и по значимости в общем объеме мирового экспорта услуг основным (44,7%) и наиболее динамично развивающимся стал сегмент «особые частные услуги», куда входят финансовые, страховые, аудиторские, консалтинговые и прочие услуги;

— произошло сокращение доли официальных и правительственных услуг.



Факторами, обусловившими интенсивное развитие международной торговли услугами в послевоенный период, стали:

- НТП, способствовавший росту производства услуг, появлению их новых видов и расширению сфер их применения;
- длительный экономический подъем в большинстве стран мира, сопровождавшийся ростом деловой активности, производительности труда, уровня благосостояния народа;
- увеличение доли услуг в структуре ВВП во многих странах мира;
- развитие международной торговли товарами и технологиями, миграция капиталов.



Современные особенности торговли услугами

- **Географическая направленность торговли услугами отличается еще большей асимметричностью в пользу развитых государств, чем международная торговля товарами.**
- Доля развитых стран в мировом экспорте услуг составляет около 90% и превышает их долю в экспорте товаров. Развитые страны являются основными экспортерами и импортерами услуг. В 1999 году доля стран Западной Европы в мировом экспорте услуг составляла 46,2%, США - 19,5%, Японии - 4,4% .



- ***Взросла доля развивающихся стран*** в международной торговле услугами за счет южно-азиатских экспортеров услуг: Южной Кореи, специализирующейся на инженерно-консультационных и строительных услугах, Сянгана и Сингапура, ориентированных на финансовые услуги и др. Вместе с тем эти страны продолжают оставаться преимущественно импортерами услуг. В десятку крупнейших экспортеров не входит ни одна развивающаяся страна.



- **Развитые страны специализируются на предоставлении деловых услуг, развивающиеся страны - на предоставлении туристических услуг** (примерно 17% всех валютных поступлений).
- **Доля стран с переходной экономикой** по-прежнему **невысока** - 3,5% и 2,9% в мировом экспорте и импорте услуг соответственно. В регионе Центральной и Восточной Европы, Балтии и СНГ наибольший удельный вес в предоставлении услуг принадлежит России, наиболее конкурентоспособны на мировом рынке услуг Чехия, Польша и Венгрия.

*



- **Степень монополизации мировой торговли услугами гораздо выше, чем международной торговли товарами.** Зарубежная доля в балансовом итоге у французского банка «Кредит Лионе», занимающего 9-е место в мировом ранговом списке, составляет 46,4%. На рынке вторичного страхования 32 крупнейшие страховые компании сосредоточили в своих руках более 70% его объема. Каждая из 6 крупнейших аудиторских компаний мира («АртурАндерсен», «КПМГ», «Эрнст-и-Янг», «Куперс и Лайбрэнд», «ДТТ», «Прайс Вотерхаус») имеет свои представительства более, чем в 110 странах мира, а их общая доля в доходах отрасли оценивается в 30%. 60% процентов мирового рынка консалтинговых услуг сосредоточено в руках 40 компаний.



Урегулирование основных принципов международной торговли услугами было одним из дискуссионных вопросов Уругвайского раунда переговоров в рамках ГАТТ. До этого времени в международном масштабе регулирование в этой сфере происходило только в рамках специализированных организаций, в том числе кодексов, выработанных в ОЭСР, т.е. практически отсутствовало.

Уже в начале переговоров проявилось противоречие между развитыми и развивающимися странами. Первая группа считала, что торговля услугами должна быть включена в общую систему регулирования международной торговли, а вторая - придерживалась точки зрения, что услуги должны быть отделены от материальных товаров. В результате этого в начале Уругвайского раунда была создана отдельная переговорная группа по услугам. В качестве образца и за основу для переговоров было взято ГАТТ, однако в связи со значительными отличиями в перемещении через границу товаров и услуг было оформлено совершенно новое соглашение - Генеральное соглашение по торговле услугами, ГАТС (General Agreement on Trade in Services, GATS).



