Услуги, поступающие на внешний рынок, образуют мировой рынок услуг. Он в свою очередь состоит из ряда более узких рынков: лицензий и ноу-хау, инженерно-консультационных (инжиниринго­вых) услуг, услуг транспорта и связи, туристических услуг и др.   
  
В основе мирового рынка услуг лежит такая важнейшая часть мирового хозяйства, как сфера услуг, удельный вес которой в экономике ведущих стран Запада превышает удельный вес сферы материального производства.   
  
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; культу­ру и искусство, а также инженерно-консультационные, информа­ционные и вычислительные услуги, операции с недвижимостью, услуги по изучению рынков, организацию маркетинговой деятель­ности, послепро­даж­ный сервис и др. В ряде стран к услугам от­носят и строительство. Разумеется, разные виды услуг вовлече­ны в международный обмен с разной степенью интенсивности. В этом смысле, например, сильно различаются, с одной стороны, транспорт и связь, туризм и, с другой стороны, коммунальные и бытовые услуги.   
  
**Международная торговля услугами**, в отличие от торговли то­варами, где велика роль торгового посредничества, основана на прямых контактах между производителями и потребителями. Дело в том, что услуги, в отличие от товаров, производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. Из-за этого международная торговля услугами требует либо при­сутствия за рубежом их непосредственных производителей, либо присутствия иностранных потребителей в стране-производите­ле услуг. В то же время развитие информатики значительно рас­ширило возможности оказания многих видов услуг на расстоянии.   
  
**Международная торговля услугами** тесно взаимосвязана с тор­говлей товарами и во все большей степени влияет на нее. Для поставки товаров на внешний рынок требуется все больше услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой товаров и их послепродажным обслуживанием. Особенно велика роль услуг в торговле наукоемкими товарами, для которых необходимы большие объемы послепродажного сервиса, информационных и различных консалтинговых (консультационных) услуг. Объем и качество ус­луг, привлекаемых для производства и реализации товара, во многом обусловливают его успех на внешнем рынке.   
  
**Международная торговля услугами** также тесно сопрягается с международным движением капитала и перемещением рабочей силы. Она вообще немыслимы без транспортных, банковских, информаци­онных и других услуг. В свою очередь рост мировых рынков то­варов, капиталов, рабочей силы стимулирует развитие мирового рынка услуг.   
  
Экспорт услуг на мировом рынке в 1998 г. составил около 1,3 трлн. дол. и относился к экспорту товаров как один к четырем. Цифры эти занижены, так как многие виды услуг, вовлекаемых в международный обо­рот, либо фиксируются в статистике торговли услугами не полностью, либо включаются в экспорт товаров. Из-за этого у США, например, фактический объем экспорта услуг, по некоторым оценкам, почти в два раза выше официального.   
  
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.   
  
Основную часть международных транспортных услуг составляет фрахтование. Под фрахтованием понимается наем морского (реже воздушного) судна. Различают два вида фрахтования судов: для выполнения конкретной перевозки и фрахтование на время. Договор морской перевозки, заключаемый между морским перевозчиком (фрахтовщиком) и грузоотправителем или грузополучателем (фрахтователем), называется чартером. Собственно фрахт - одна из форм оплаты морской перевозки грузов. Ее размер устанавливается по соглашению сторон для каждой конкретной сделки в виде фрахтовой ставки либо исчисляется на основе тарифа. Суда на мировом фрахтовом рынке не закрепляются за определенными направлениями, а свободно перемещаются из одной секции фрахтового рынка в другую в зависимости от спроса на тоннаж и предложение грузов. Существует девять секций мирового фрахтового рынка: среднеевропейская, средиземноморская, индийская, дальневосточная, западноевропейская, североафриканская, североамериканская, южноамериканская и тихоокеанская.   
  
В целом совокупная мировая стоимость фрахта возросла со 123 млрд. дол. в 1980 г. до 247 млрд. дол. в 1995 г.   
  
Международный туризм вносит сейчас, пожалуй, наибольший вклад в международную торговлю услугами (около 1/3 мирового экспорта). В 1996 г. число международных туристических поездок составило 592 млн., что в 23 раза больше, чем в 1950 г. Еще значительнее выросли поступления от туризма - с 2,1 млрд. до 423 млрд. дол. (не считая поступления от международных перевозок). По размерам доходов туризм уступает ныне только торговле нефтью и нефтепродуктами – мировому “товару № 1”.   
  
Туристический спрос способствовал формированию индустрии туризма, в которой в мире занято примерно 100 млн. че­ловек.   
  
Около 60% общего числа международных туристов мира и более половины всех доходов от международного туризма приходится на Европу (включая Россию). Среди природных районов Европы наиболее привлекают туристов Альпы (более 60 млн. туристов в год) и берега Средиземного моря (более 100 млн.). Для некоторых западноевропейских стран туризм является одной из главных экспортных отраслей; у Испа­нии и Австрии, например, доходы от экспорта туристских услуг эквивалентны почти 1/3 стоимости товарного экспорта. Крупным экспортером туристских услуг являются США, занимающие второе место в мире по числу принимаемых туристов и первое место по числу занимаемых туристов (табл. 7, 8).

Таблица 7 Ведущие страны мира по приему иностранных туристов в 1996 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Страна** | **Число прибытий иностранных туристов** | |
|  | **в млн. чел.** | **в % от мирового итога** |
| 1. Франция | 61,5 | 10,4 |
| 2. США | 44,8 | 7,6 |
| 3. Испания | 41,4 | 7,0 |
| 4. Италия | 35,5 | 6,0 |
| 5. Китай | 26,1 | 4,4 |
| 6. Великобритания | 25,8 | 4,4 |
| 7. Мексика | 21,7 | 3,7 |
| 8. Венгрия | 20,7 | 3,5 |
| 9. Польша | 19,4 | 3,3 |
| 10. Канада | 17,3 | 2,9 |

Таблица 8 Ведущие страны мира по доходам от иностранного туризма в 1996 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Доход** | |
| **Страна** | **в млрд. дол. США** | **в % от мирового итога** |
| 1. США | 64,4 | 15,2 |
| 2. Испания | 28,4 | 6,7 |
| 3. Франция | 28,2 | 6,7 |
| 4. Италия | 27,3 | 6,5 |
| 5. Великобритания | 20,4 | 4,8 |
| 6. Австрия | 15,1 | 3,6 |
| 7. Германия | 13,2 | 3,1 |
| 8. Гонконг[1](http://rudiplom.ru/lekcii/economika/Mirovaya_ekonomika_i_mezhdunarodnye_ekonomicheskie_otnosheniya/6.html#t1) | 11,2 | 2,7 |
| 9. Китай | 10,5 | 2,5 |
| 10. Швейцария | 9,9 | 2,3 |

1 С 1 июля 1997 г. – в составе Китая.

Группа развивающихся стран, принимающих иностранных туристов, крайне неоднородна. С одной стороны, в нее входят неболь­шие и высокоспециализированные на индустрии туризма страны, в которых поступления от иностранного туризма составляют значи­тельную долю ВВП: на Багамских островах - около 60%, на Бар­бадосе - около 30%, на Бермудских островах - около 40%, на Сейшельских - около 35% и т.д. С другой стороны, основную мас­су этой группы образуют все же страны, обладающие богатыми ту­ристскими ресурсами и довольно развитой материальной базой, но с более низкой степенью специализации на туризме – Индонезия, Филип­пины, Таиланд, Сингапур, Египет, Марокко, Мексика, Ямайка и др. Значительная часть туристской индустрии развивающихся стран контролируется запад­ным капиталом. Развивающиеся страны в целом не являются поставщиками туристов. Туристские потоки между ними незначительны.   
  
Бурно развивается туризм в КНР: если в начале 90-х гг. Китай занимал по приему туристов 20-25-е место в мире, то сейчас он устойчиво входит в первую десятку стран как по числу принятых туристов, так и по доходам от международного туризма.   
  
Развитию международного туризма в России мешают по­литическая нестабильность и экономические трудности, слабое развитие туристской инфраструктуры и низкое качество сервиса. Тем не менее в 1997 г. Россию посетило по линии организованного туризма почти 2,8 млн. чел. В том же году в страны дальнего зарубежья (включая страны Балтии) выехало с различными целями около 8 млн. человек, в том числе около 3,5 млн. чел. – по линии организованного туризма.   
  
Из прочих услуг следует отметить быстро растущую торговлю современными услугами, связанными прежде всего с обменом на­учно-техническими знаниями и производственным опытом (торгов­ля лицензиями, ноу-хау, инженерно-консультационными и другими услугами).   
  
Главная форма международного обмена научно-техническими достижениями - лицензионная торговля, предметом которой явля­ются патентные и беспатентные (ноу-хау) лицензии на передачу изобретений, технологического опыта, промышленных секретов и коммерческих знаний, на использование товарных знаков и т.д.   
  
**Лицензия** - это разрешение на использование другим лицом или организацией изобретения, технологии, технических знаний и производственного опыта, секретов производства, торговой мар­ки, необходимых для производства коммерческой и иной продук­ции в течение определенного срока за обусловленное вознаграж­дение.   
  
Мировая торговля лицензиями как самостоятель­ный сектор мирового рынка основана на существовании патентной системы, предоставляющей собственнику патента исключитель­ное право на использование принадлежащих ему новых техничес­ких решений, изобретений и товаров.   
  
Чаще всего, однако, использование патента невозможно без знания “секретов производства”, имеющих промышленную и ком­мерческую ценность, но не защищенных международным и нацио­нальным патентным законодательством. Это и есть ноу-хау (тер­мин происходит от английского выражения “знаю, как сделать”). “Секретами производства”, охватываемыми понятием ноу-хау, мо­гут быть технологические режимы, способы, методы и опыт из­готовления продукции, особенности конструирования, без знания которых воспроизводство новой техники и технологии по образ­цам, патентным описаниям и опубликованной информации в 90% случаев невозможно. Иногда в качестве ноу-хау фигурируют управленческие, коммерческие, организационные решения и сведе­ния, необходимые для эффективного производства и сбыта продукции. Один из главных признаков ноу-хау - конфиденциаль­ность, секретность этого вида информации. Лицензии на исполь­зование ноу-хау без патентов на изобретение называются бес­патентными лицензиями. В большинстве случаев, однако, лицен­зионные соглашения включают не только продажу права на ис­пользование патента, но и передачу необходимых для его освое­ния ноу-хау (так, почти 98% фирм США, торгующих лицензиями, продают одновременно с ними и ноу-хау).   
  
Сроки действия лицензионных соглашений, принятые в между­народной практике, варьируют (в зависимости от вида и объек­та лицензии) от трех до десяти лет.   
  
За предоставление права на использование предмета лицен­зионного соглашения покупатель (лицензиат) выплачивает про­давцу (лицензиару) лицензионное вознаграждение. Наиболее часто встречается такая форма вознаграждения, как роялти - периодические отчисления, определяемые как выплата процента от оборота, стоимости чистых продаж лицензионной продукции или устанавливаемые в расчете на единицу производимого това­ра.   
  
Мировым лидером в экспорте лицензий являются США. Положительное сальдо в торговле лицензиями из промышленно развитых стран имеют также Великобритания и Швейцария. Япония, которая с начала 50-х гг. была одним из крупнейших в мире импортеров лицензий[[1]](http://rudiplom.ru/lekcii/economika/Mirovaya_ekonomika_i_mezhdunarodnye_ekonomicheskie_otnosheniya/6.html#1), теперь также продает лицензии. Поэтому разрыв между импортом и экспортом технологий у этой страны сокращается и можно ожидать, что в ближайшее время Япония станет нетто-экспортером технологических знаний. Из развивающихся стран целенаправленно закупают технологии за рубежом Аргентина, Бразилия, Мексика, Индия и Турция. Кроме того, эти страны также продают (хотя и в меньших масштабах по сравнению с импортом) лицензии в соседние государства. Остальные развивающиеся страны относятся к числу государств с импортной направленностью лицензионной торговли и к странам с эпизодическим характером лицензионной торговли.   
  
В международной лицензионной торговле важную роль играет внутрифирменный обмен технологиями в рамках ТНК. Особенно ве­лика роль внутрифирменной лицензионной торговли в США (свыше 75% экспортных поступлений по лицензионным соглашениям промышленных компаний).   
  
Ведущие отрасли лицензионной торговли – электротехника и электроника, общее машиностроение, химия и нефтехимия, транс­портное машиностроение, текстильная и пищевая промышленность. Особенно высокими темпами развивается торговля лицензиями в области электротехнического производства и электроники.   
  
Самостоятельные позиции в международной торговле услугами занимает торговля инженерно-консультационными услугами (инжиниринг), отделившаяся от НИОКР под воздействием НТР и концен­трации капитала в области инженерной деятельности.   
  
**Инжиниринг** - это инженерно-консультационные услуги, 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.   
  
Вся совокупность инжиниринговых услуг может быть разделена на две большие группы: услуги, связанные с подготовкой произ­водственного процесса, и услуги по обеспечению нормального хода производства и реализации продукции.   
  
Экспортный инжиниринг осуществляется, как правило, специа­лизированными инженерно-консультационными (инжиниринго­вы­ми) фирмами, а также международными и транснациональными промыш­ленными и строительными компаниями.   
  
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. Они подписывают с заказчиками контрак­ты на сооружение промышленных и иных объектов, разрабатывают проекты, заключают контракты с субпоставщиками оборудования и материалов, привлекают, будучи генеральными подрядчиками, к выполнению работ строительные и монтажные субподрядные фирмы, неся полную ответственность за выполнение обязательств по контрактам с заказчиком и сдавая объект на условиях “под ключ”.   
  
В последние годы крупные инжиниринговые фирмы стали высту­пать лидерами консорциумов, объединяющих на основе солидарной ответственности поставщиков оборудования и производителей работ. В этих случаях они принимают на себя разработку общих проектов и организацию работы консорциума.   
  
Почти 95% экспорта инжиниринговых услуг приходится на фирмы развитых капиталистических стран. Основными же импортерами инжиниринговых услуг выступают страны развивающиеся (более 80% мирового импорта). Самый большой рынок инжиниринговых услуг в развивающихся странах - нефтедобывающие государства Азии. Второй по важности рынок - африканский (главным образом, Северная Африка). В 80-е и 90-е гг. в импорте инжиниринга возрастала доля промышленно развитых стран Европы и Азии. Началось проникновение западных инжинирин­говых фирм на рынки Восточной Европы, СНГ и Китая.   
  
Доминирующее положение на международном инжиниринговом рынке занимают компании США. В последнее время, однако, они сталкиваются с острой конкуренцией со стороны фирм других ка­питалистических стран: на Ближнем Востоке - Великобритании и ФРГ; в других государствах Азии - Великобритании и Японии; в Африке - Франции и Великобритании; в Латинской Америке - Ка­нады и ФРГ. Растет также активность на внешнем рынке инжини­ринговых фирм Скандинавии, Нидерландов и Швейцарии; началось проникновение сюда компаний Мексики, Бразилии, Республики Ко­рея, Индии и ряда других развивающихся стран.   
  
Говоря о географии мирового экспорта услуг в целом, отме­тим, что 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 (табл. 9, 10).

Таблица 9 Крупнейшие экспортеры услуг среди государств мира в 1998 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Страна** | **Экспорт** | |
|  | **в млрд. дол.** | **в % от мирового** |
| 1. США | 234 | 18,1 |
| 2. Великобритания | 100 | 7,7 |
| 3. Франция | 79 | 6,1 |
| 4. Германия | 76 | 5,9 |
| 5. Италия | 70 | 5,4 |
| 6. Япония | 61 | 4,7 |
| 7. Нидерланды | 48 | 3,7 |
| 8. Испания | 48 | 3,7 |
| 9. Бельгия-Люксембург | 35 | 2,7 |
| 10. Гонконг, Китай | 34 | 2,6 |
| 11. Австрия | 31 | 2,4 |
| 12. Канада | 29 | 2,2 |
| 13. Швейцария | 26 | 2,0 |
| 14. Республика Корея | 24 | 1,8 |
| 15. Китай | 23 | 1,8 |
| 16. Турция | 22 | 1,7 |
| 17. Сингапур | 18 | 1,4 |
| 18. Швеция | 17 | 1,4 |
| 19. Тайвань | 17 | 1,3 |
| 20. Австралия | 16 | 1,2 |

Таблица 10 Крупнейшие импортеры услуг среди государств мира в 1998 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Страна** | **Импорт** | |
|  | **в млрд. дол.** | **в % от мирового** |
| 1. США | 162 | 12,5 |
| 2. Германия | 122 | 9,4 |
| 3. Япония | 110 | 8,5 |
| 4. Великобритания | 76 | 5,9 |
| 5. Италия | 69 | 5,4 |
| 6. Франция | 63 | 4,9 |
| 7. Нидерланды | 45 | 3,5 |
| 8. Канада | 35 | 2,7 |
| 9. Бельгия-Люксембург | 34 | 2,6 |
| 10. Австрия | 29 | 2,2 |
| 11. Китай | 29 | 2,2 |
| 12. Испания | 27 | 2,1 |
| 13. Тайвань | 23 | 1,8 |
| 14. Республика Корея | 23 | 1,8 |
| 15. Гонконг, Китай | 23 | 1,8 |
| 16. Швеция | 21 | 1,6 |
| 17. Бразилия | 19 | 1,5 |
| 18. Ирландия | 18 | 1,4 |
| 19. Сингапур | 18 | 1,4 |
| 20. Россия | 18 | 1,4 |

Для многих компаний развитых капиталистических стран все большее значение приобретает производство услуг в своих зарубежных филиалах. В сфере услуг размещено 40% иностранных прямых инвестиций в мире. Так, американские ТНК производят за рубежом услуг на сумму, примерно в два раза превышающую весь экспорт услуг из этой страны. Да и в этом экспорте доля американских ТНК составляет около 1/2.   
  
Постепенно возрастает роль в международной торговле некоторыми видами услуг и ряда развивающихся стран, хотя в целом их позиции остаются слабыми из-за недостаточного развития сферы услуг в большинстве из них, низкой концентрации капитала. Крупными экспортерами услуг в этой группе государств являются: Республика Корея - в области инженерно-консультационных и строительных услуг, Мексика - туристических, Сингапур - финан­совых и др.   
  
Доля стран с переходной экономикой в мировом вывозе услуг не­велика. В настоящее время они выступают на мировом рынке главным образом как импортеры услуг. В частности, Россия в 1998 г. по импорту услуг находилась на 20-м месте в мире. В ближайшее время вряд ли следует ожидать значительного роста экспорта услуг из стран с переходной экономикой, поскольку в них слабо развиты очень многие отрасли этой сферы. Когда же они со временем получат развитие, то будут, по-видимому, нацелены прежде всего на покрытие внутреннего неудовлетворенного спроса.

[1] За период с 1950 по 1978 г. Япония приобрела (главным образом в США и Западной Европе) около 26 тыс. иностранных лицензий и патентов на общую сумму около 7 млрд. дол. Общий же выигрыш Японии от импортных лицензионных соглашений только с 1950-1951 по 1968-1969 финансовых г. составил 70 млрд. дол.

Список литературы

1.     Макроэкономика., Агапова Т.А. Серегина С.Ф., Москва 2003

2.     Международные экономические отношения, учебник, Рыбалкин В.Е., Москва 2005

3.     Международные экономические отношения.  Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н, Москва, «Финансы и статистика» 2000

4.     Международные экономические отношения. Авдокушкин Е.Ф., Москва 2001

5.     Экономика, учебник, Булатова А.С., Москва 1999

ХАКАССКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФИЛИАЛ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

КАФЕДРА ПиЭ

РЕФЕРАТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

НА ТЕМУ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: К.Э.Н

БУЛАКИНА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

СТУДЕНТКА: ГРУППЫ 79-3Б

КОРЮХИНА ГИАНЕЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА

АБАКАН 2011