**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

1. Мировой рынок услуг

* 1. Состав и структура мирового рынка услуг

1.2 Регулирование рынка услуг

2. Виды международных услуг

2.1 Виды международных услуг и сферы их реализации

* 1. Особенности услуг как предмета экспорта и импорта

3. Специфика международной торговли услугами

3.1 Специфика международной торговли услугами

3.2 Торговое посредничество в сфере услуг

3.3 Внешняя торговля услугами в России

Заключение

Список использованных источников

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы все острее встает проблема более тщательного, детального изучения мировой торговли услугами. Эта сфера мировой экономики до сих пор плохо изучена. До настоящего времени ведущие ученые мира уделяли ей достаточно мало внимания, услуги практически не изучались. Поэтому все еще не существует точного определения услуги, нет четкого разграничения видов услуг, совершенной системы регулирования сферы услуг, несмотря на постоянно растущие масштабы мирового обмена услугами.

Как известно, в последние годы наблюдается тенденция повышения роли услуг, причем рост сферы услуг опережает рост материального производства. 20% всей мировой торговли приходится на международную торговлю услугами. Сфера услуг выросла в крупнейший сектор хозяйства: на нее приходится 62 – 74% мирового ВВП (что значительно больше доли товарной торговли), а также 63 – 75% общей численности занятых, кроме того, она способствует росту технической оснащенности труда, внедрению более совершенных технологий и т.д. Причем ни в одной стране, где это происходит, подобная тенденция не оценивается негативно.

Итак, можно сказать, что на протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Поэтому эта тема приобретает сегодня такую актуальность.

Цель данной работы рассмотреть состав и структуру мирового рынка услуг, его специфику, регулирование, более подробно охарактеризовать услуги, сопровождающие внешнеэкономические мероприятия, проанализировать некоторые проблемы развития и совершенствование нормативной базы в сфере услуг в России.

**1.** **МИРОВОЙ РЫНОК УСЛУГ**

**1.1 Состав и структура мирового рынка услуг**

Современная международная торговля услугами быстро расширяется, оказывая все более существенное влияние на развитие национальной экономики и мирового хозяйства в целом: приобретает растущее значение в социальной жизни всех стран. Этот процесс является объективным следствием все возрастающих потребностей научно-технического прогресса и дальнейшего углубления разделения труда. Термин «международная торговля услугами» охватывает международный обмен многими видами услуг, каждая из которых обладает конкретными особенностями. Однако при всей многоликости международной торговли услугами в обмене услугами просматривается целый ряд общих закономерностей и тенденций, характерных для этой сферы международной торговли.

Мировой рынок услуг состоит из множества более узких «специализированных» рынков, что вызвано разнородностью и разнообразием услуг. В услуги обычно включают транспорт, связь, торговлю, материально-техническое снабжение, сбыт и заготовки, 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 услуги, информационные и вычислительные, рекламу, юридические, биржевые и посреднические услуги, операции с недвижимостью и в области аренды оборудования, услуги по изучению рынков и контролю за качеством: предпродажный и послепродажный сервис, техническое обслуживание, деятельность государственных учреждений, организаций и ведомств. В ряде стран к услугам причисляют и строительство. Следует иметь в виду, что в России строительство, грузовой транспорт, связь по обслуживанию производства, розничная торговля, материально-техническое снабжение, сбыт и заготовка, производственные виды бытового обслуживания включаются статистикой в сферу материального производства.

Мировая статистика свидетельствует о том, что мировая торговля услугами является одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства, что видно из данных таблицы 1.

Таблица 1

**Мировой экспорт услуг (млрд. долл.)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2000** | **2001** | **2005** | **2006** |
| **Все виды услуг** | 315 | 1460,0 | 330 | 340 |
| Транспорт, в том числе: | 67,9 | 340 | 88,3 | 106,0 |
| пассажирский | 127,6 | 56,9 | 153,2 | 168,5 |
| Фрахт | – | - | – | – |
| др. виды транспорта | 415 | - | 465 | 465 |
| Путешествия | 50,9 | 465,0 | 55,1 | 59,5 |
| Правительственные услуги | 530 | - | 640 | 655 |
| Др. виды услуг | 315 | 655,0 | 479,1 | 340 |

Среди причин, стимулирующих быстрое возрастание мирового рынка услуг, выделяются следующие :

* зрелая экономика и высокий уровень жизни повышают спрос на услуги;
* развитие всех видов транспорта стимулирует международную мобильность как предпринимателей, так и населения;
* новые формы связи, в том числе спутники, иногда позволяют заменить личные контакты продавцов и покупателей;
* ускорившийся процесс расширения и углубления международного разделения труда, что ведет к образованию новых видов деятельности, прежде всего в непроизводственной сфере.

Примерно ¼ международной торговли услугами приходится на транспортные услуги, около ¼ составляет туризм. Из прочих услуг следует отметить быстро растущую торговлю современными услугами, связанную прежде всего с научно-техническим и производственным опытом (торговля лицензиями, ноу-хау, инженерно-консультационными и другими услугами).

Географическое распределение торговли услугами, предоставляемыми отдельными странами, отличается крайней неравномерностью в пользу развитых государств с рыночной экономикой. На мировом рынке услуг доминируют 8 ведущих стран, на которые приходится 2/3 мирового экспорта услуг и более 50% импорта. При этом на 4 страны – США, Великобританию, Германию и Францию приходится 44% всего мирового экспорта услуг.

Для развивающихся стран характерно наличие отрицательного сальдо во внешней торговле услугами (они экспортируют примерно 10% и импортируют 20% всех услуг). Это не исключает того факта, что 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. Для Турции, Испании и ряда средиземноморских государств большое значение имеет экспорт рабочей силы в виде выезда неквалифицированных рабочих на заработки.

Рассматривая в этом плане Россию, другие страны СНГ и Балтии, необходимо отметить, что хотя они и обладают потенциальными резервами для развития туризма, транспортных услуг (организуют морские перевозки), их широкому экспорту мешает слабая материально-техническая база так же, как и недостатки хозяйственного механизма. Западноевропейские страны высокое качество своих услуг дополняют применением широкого спектра ограничений на использование иностранных услуг, в том числе и из стран СНГ.

**1.2 Регулирование рынка услуг**

Вплоть до самого последнего времени рынок услуг (за исключением финансов) представлял собой поле деятельности мелких и средних фирм. Ситуация кардинально изменилась в связи с появлением, а точнее массированным выходом на этот рынок транснациональных корпораций (далее ТНК), которые смогли поставить себе на службу современные средства телекоммуникаций, создав глобальную систему передачи информации.

Рост международной торговли услугами, особенно современными, превращение услуг в составной элемент внутрипроизводственной деятельности ТНК поставили на повестку дня вопрос о необходимости регулирования рынка услуг на международном, региональном и отраслевом уровнях.

К настоящему времени действующая система регулирования функционирует на нескольких уровнях, для каждого из которых характерно наличие ряда специфических организаций.

Существенную роль играют двухсторонние соглашения, как отраслевые (чаще всего по транспорту и связи), так и торгово-экономические, в которых рассматриваются отдельные аспекты торговли услугами и капиталовложений в эту сферу. Другой формой является многостороннее регулирование внутри интеграционных объединений. В Европейском союзе, например, сняты ограничения на взаимную торговлю товарами и услугами.

Важной формой является регулирование торговли услугами в рамках международных организаций. Подготовкой соглашений по этим вопросам занимаются специализированные межправительственные организации (Организация международной гражданской авиации – ИКАО, Международная морская организация – ИМО, Всемирная туристическая организация – ВТО и др.), а также международные торгово-экономические организации широкого профиля (прежде всего ГАТТ/ВТО, ЮНКТАД).

Основная идея США – крупнейшего поставщика услуг на мировой рынок заключалась в том, чтобы в регулировании услуг использовались те же правила, которые выработаны по отношению к товарам: недискриминация, национальный режим, транспарентность (гласность и единство прочтения законов), неприменение национальных законов в ущерб иностранным производителям.

На пути осуществления этой программы, однако, стоят серьезные проблемы, связанные, прежде всего с тем, что поскольку потребление услуг и их производство осуществляются, как уже было отмечено, одновременно, то регулирование условий производства услуг означает регулирование условий инвестирования. В области инвестирования ГАТТ (Генеральное соглашение о тарифах и торговле) использует национальный режим по отношению к иностранным фирмам, т.е. предоставляет им те же права, что и национальным производителям.

На практике это означает, что США, проводя регулирование своего рынка услуг, обязаны не предъявлять аналогичных требований к своим партнерам, которые сохраняют льготный режим для собственных национальных (как правило, государственных) фирм.

Развивающиеся страны, со своей стороны, стремятся сохранить за собой право контролировать деятельность иностранных фирм и прежде всего филиалов ТНК, т.е. ориентируются на режим наибольшего благоприятствования.

Результатом переговоров Уругвайского раунда (с сентября 1986 по 15 декабря 1993 года) было достижение соглашения о либерализации торговли услугами. Расследованию подвергались услуги в области телекоммуникаций, филиалов и транспорта.

С 1 января 1995 года Соглашение о регулировании торговли услугами вошло в качестве неотъемлемой составляющей части в пакет документов о создании Всемирной торговой организации.

**2. ВИДЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ УСЛУГ**

2.1 Виды международных услуг и сферы их реализации

Сложность с созданием термина «услуга» привела к поиску нового решения, необходимого для практических целей: ведения переговоров, создания базы данных о видах услуг и барьерах на пути торговли услугами. Поэтому был создан Классификатор видов деятельности, которые могут рассматриваться как услуги. Классификационная схема различных видов услуг была разработана в ходе Уругвайского раунда. Этот Классификатор услуг включает около 160 обобщенных видов услуг, разделенных на 12 крупных разделов:

1. Деловые услуги – 46 групп

2. Телекоммуникационные услуги – 25 групп

3. Строительные и инжиниринговые услуги – 5 групп

4. Дистрибьюторские услуги – 5 групп

5. Образование – 5 групп

6. Финансовые услуги, включая страхование – 17 групп

7. Услуги по защите окружающей среды – 4 группы

8. Услуги по охране здоровья и здравоохранения – 4 групп

9. Туризм – 4 групп

10. Спорт – 5 групп

11. Транспортные услуги – 33 групп

12. Прочие

В Классификаторе услуг ВТО в качестве главного классификационного признака используется деловое назначение услуги. В силу этого Классификатор услуг может быть использован для торговых переговоров и подготовки конкретных предложений и перечней уступок в сфере услуг.

А теперь рассмотрим подробнее некоторые виды услуг.

***2.1.1 Услуги во внешнеторговом контракте купли-продажи***

Экспорт и импорт услуг, как и товаров, оформляется контрактом или соглашением. А поскольку часто товары и услуги бывают тесно связаны между собой, то внешняя торговля ими оказывается в одном документе. Так, внешнеторговый контракт купли-продажи содержит условия по товару и услугам, а некоторые его разделы имеют самую тесную связь с реализацией услуг – транспортные условия, рекламации, приемка-сдача, страхование, арбитраж, базисные условия поставки. Особенно много услуг содержат условия реализации машин и оборудования: предпродажный и послепродажный сервис, обслуживание в гарантийный период, послегарантийное обслуживание, обучение персонала и т.д.

Предпродажный сервис – важный элемент услуг, позволяющий поставщикам показать покупателю «товар лицом», продемонстрировать все его преимущества, положительные стороны с точки зрения простоты и надежности в эксплуатации. Грамотно организованный предпродажный сервис способствует повышению конкурентоспособности готовых изделий.

Большое значение имеет обеспечение послепродажным сервисом для нормального функционирования поставленного оборудования, а, следовательно, и оценки солидности экспортера.

Организация системы технического обслуживания играет первостепенную роль при определении сбытовой политики. Эффективное обслуживание предполагает высокий уровень гарантийного технического обслуживания и ремонта, предоставление клиентам сервисных услуг, длительных сроков гарантий и бесплатных услуг. Чем лучше экспортер сумеет организовать техобслуживание, тем прочнее его позиции на рынке.

***2.1.2 Транспортные услуги***

Транспортные услуги - это одно из важнейших основ развития всей системы международной торговли. Создание и развитие современного морского грузового транспорта рассматривается многими странами как одно из главных направлений обеспечения национальной экономической безопасности и суверенитета. Контейнеризация грузовых перевозок, создавшая единый транспортный путь, обслуживаемый морским и наземным транспортом, удешевила и упростила всю цепочку транспортных и транспортно-экспедиторских операций и заложила основу для дальнейшего развития единого международного правового поля в сфере транспортных услуг.

Так к транспортным услугам относятся услуги по железнодорожному транзиту товаров из стран Западной Европы через территорию России на Восток – Иран, КНР, Дальний Восток (КНДР, Японию) и в обратном направлении, а также воздушным путем.

Важное место во внешней торговле занимает доставка товара от продавца (экспортера) к покупателю (импортеру), так называемое товародвижение. Издержки обращения в системе товародвижения могут включать следующие расходы на услуги: на перевозку товара (транспортные расходы), исчисляемые как оплачиваемые транспортные тарифы; на транспортировку товара с предприятия в пункт перевозки; на перевозку товара с транспортных средств на склад покупателя; на погрузку товара у отправителя, выгрузку у получателя и возможные перегрузки в пути следования; на хранение товара в процессе перевозки, переупаковку, пересортировку; на поставку и содержание товара на складах до продажи; на упаковку, маркировку, оформление документации, страхование товара в пути; на оплату грузовых сборов в портах, оплату налогов, административных расходов и т.д.

Самый большой в мире торговый флот принадлежит Японии, за ней следуют Великобритания, Германия и Норвегия. На рынке грузовых и пассажирских транспортных услуг доминируют США, за ними идут Великобритания и Франция

***2.1.3 Услуги по международному туризму***

Операции по международному туризму – это вид деятельности, направленный на предоставление различного рода туристических услуг и товаров туристского спроса с целью содействия удовлетворению широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста.

Международный туризм включает выезжающих за границу лиц, не занимающихся там оплачиваемой деятельностью.

Международный туризм как одна из форм международных экономических отношений приобрел в современных условиях огромные масштабы и стал оказывать существенное влияние на политические, экономические и культурные связи между государствами. Он стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. Например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет более 35% в Испании, Австрии, Турции; около 20% -в Португалии;10-12% -в Швейцарии и Италии;52%- на Кипре.

Виды туристических услуг, предлагаемых в качестве товаров, довольно разнообразны. К ним относятся: услуги по размещению туристов; услуги по перемещению туристов до страны назначения и по стране различными видами транспорта; услуги по обеспечению туристов питанием; услуги, направленные на удовлетворение культурных потребностей и деловых интересов туристов; услуги по оформлению документации (паспорта, визы и др.). При осуществлении туристских операций складываются определенные отношения между производителями туристских услуг и туристскими фирмами, с одной стороны, и между туристскими фирмами и клиентами-туристами, - с другой. Характер и содержание этих соглашений различны.

В системе ООН имеется специальная организация – Всемирная туристская организация, созданная в 1975 году, она объединяет правительственные организации по туризму, цель ее – содействие развитию туризма.

В классификации Всемирной туристической организации выделяются страны, являющиеся в первую очередь поставщиками туристов, и страны, в первую очередь принимающие туристов. К первым относятся: США, Бельгия, Дания, Германия, Голландия, РФ, Швеция, Австралия, Канада, Великобритания; ко вторым - Австрия, Италия, Швейцария, Франция, Кипр, Греция, Мексика, Португалия, Испания, Турция.

***2.1.4 Таможенные услуги***

При пересечении таможенной границы взимаются установленные таможенные пошлины, НДС и акцизы, а за производство таможенных услуг – и таможенные сборы. К ним относятся сборы за выдачу лицензий, таможенное оформление, хранение товаров, таможенное сопровождение товаров, информирование и консультирование, принятие предварительного решения, участие в таможенных аукционах. Таможенные сборы в РФ уплачиваются в размере 0,15% от таможенной стоимости товара.

***2.1.5 Рекламные услуги***

Рекламная деятельность требует значительных финансовых средств (оплата расходов за услуги). Определение эффективности рекламной деятельности предполагает проведение анализа структуры расходов на рекламу, как в целом, так и по отдельным элементам: на проведение рекламных компаний, на использование конкретных рекламных средств, на изготовление рекламных материалов и их распределение. Целенаправленность рекламы предполагает ее ориентацию на известный рынок, конкретную группу потребителей.

***2.1.6 Арендные услуги (лизинг)***

Международные арендные услуги предполагают предоставление внаем товаров, пересекающих границу страны арендодателя. В зависимости от сроков или продолжительности в международной практике различают 3 вида аренды: лизинг – долгосрочная аренда (3 – 5 лет и выше); хайринг – среднесрочная аренда (1 – 3 года); рентинг – краткосрочная аренда (от нескольких часов, дней, месяцев до 1 года). Наибольшее распространение в международной торговле приобрели лизинговые услуги, объем которых постоянно увеличивался, так же как и круг сдаваемых внаем товаров. Это относительно новый вид коммерческой деятельности в международной торговле. Во внешнеэкономической деятельности российских предприятий лизинговые операции имеют преимущественно эпизодический характер.

***2.1.7 Информационные услуги***

Важную роль во внешнеэкономической деятельности играют производители информационных услуг. Сотни различных организаций в зарубежных странах заняты сбором новой исходной информации, ее аналитической обработкой, хранением и распространением на коммерческой основе. В их числе органы государственной статистики, консультационно-исследовательские фирмы, торговые издательства и торгово-промышленные палаты, ассоциации производителей и т.д. Новые возможности в информационном обеспечении конъюнктурно-ценовой работы открываются благодаря созданию и развитию рынка электронных информационных услуг. Современные компьютерные телекоммуникационные технологии дают доступ практически ко всем видам ценовой информации, которые накапливаются в автоматизированных базах данных (АБД).

***2.1.8 Финансовые услуги***

Мировой рынок финансовых услуг включает банковские, страховые сделки и операции с ценными бумагами. Объем этого рынка оценивается в 1 трлн. долл.

Финансовая деятельность – сравнительно молодая, но развивающаяся отрасль международных экономических отношений. Наиболее важным ее сектором являются международные перемещения капиталов, которые растут быстрее, чем торговля товарами. В настоящее время в мире насчитывается несколько главных центров, которые соперничают между собой в международном перемещении капиталов. В течение долгого времени в роли главного экспортера капитала в мире выступали США. В последние десятилетия ХХ века страны Западной Европы по масштабам своих заграничных инвестиций превзошли США. Велика роль в экспорте капитала Германии, Англии, Франции. Третьим финансовым центром является Япония. Наряду с ними в последние годы сложились новые финансовые базы в развивающемся мире. Самой мощной из них является группа стран ОПЕК, среди которых выделяются особенно богатые страны – Саудовская Аравия, Кувейт и ОАЭ. Значительную часть нефтедолларов они экспортируют, причем 80% из них направляют в промышленно развитые страны.

Разновидностью международной финансовой деятельности является страхование. Это такая форма экономических отношений, которая предполагает формирование за счет взносов участников этой деятельности целевых фондов для возмещения потерь, связанных со стихийными и случайными действиями природы и человека. Объектом страхования являются все факторы производства, каждый из которых подвержен различным рискам. Во внешнеэкономических связях страхуются сделки, заключаемые иностранными контрагентами. Страховой бизнес характеризуется постоянным расширением числа видов предоставляемых услуг. Они включают различные виды страхования, перестрахования, сервисное обслуживание, трастовые услуги и пр.

***2.1.9 Инжиниринговые и консалтинговые услуги***

Инжиниринг (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 делится на 2 группы: в первой группе – услуги, связанные с подготовкой производственного процесса (пред проектные, проектные, после проектные и специальные услуги), во второй группе – услуги по обеспечению нормального хода производства и реализации продукции (работы, связанные с оптимизацией процессов эксплуатации, управлением предприятием и реализацией его продукции, в том числе услуги по осмотру и испытанием оборудования, подбор и подготовка кадров, маркетинговые исследования и пр.).

В современных условиях роль инжиниринга как объекта международной торговли существенно возросла. Данные услуги оказываются специализированными фирмами, строительными и промышленными компаниями на коммерческой основе.

Консалтинг представляет собой особый вид консультационных услуг, которые предоставляются фирмам и предприятиям в форме консультаций по экономическим вопросам на коммерческой основе. Эти консультации оказывают специализированные фирмы по широкому кругу проблем – делают аналитические обзоры экономической деятельности предприятий за определенный срок, дают прогнозы функционирования рынков, разрабатывают технико-экономические обоснования разных проектов и т.д. Консалтинговые фирмы разрабатывают также для предприятий и компаний экспортно-импортную стратегию. При этом они действуют как на национальной территории, так и за рубежом, открывая там собственные филиалы или участвуя в смешанных компаниях аналогичного направления.

**2.2 Особенности услуг как предмета экспорта и импорта**

Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) является составной частью пакета соглашений, лежащих в основе Всемирной торговой организации. ГАТС представляет собой многосторонний свод принципов и правил, регулирующих торговлю услугами. Так в ГАТС предусмотрены четыре способа предоставления услуг: трансграничная поставка, потребление за рубежом, коммерческое присутствие, перемещение физических лиц.

Различные виды поставки услуг отличаются друг от друга по двум главным признакам:

* место нахождения поставщика и потребителя услуги в момент оказания услуги;
* гражданство или место регистрации лиц, потребляющих или поставляющих услуги (первое касается физического лица, второе – юридического лица).

Ниже эти способы рассмотрены подробно.

А. Трансграничная поставка (первый способ) [[1]](#footnote-1)

В настоящее время объем трансграничной торговли быстро растет благодаря развитию телекоммуникационных сетей, прогрессу информационной технологии и появлению Интернета (электронной торговли). Ожидается, что новые технологии придадут ей еще больший импульс даже в тех областях, в которых во время проведения Уругвайского раунда такая торговля считалась технически невозможной. Лишь в половине или даже меньшей доле обязательств членов ВТО предусматривается полное открытие доступа на рынок для трансграничных торговых потоков. Это связано со стремлением защитить национальные рынки услуг.

Информационная технология делает отдельные способы предоставления услуг взаимозаменяемыми, возможности для трансграничного оказания услуг растут. С любой информацией, которую можно записать в цифровой форме, можно работать на расстоянии, а оперативные технологии Интернета открывают возможности для интерактивной связи и не дорогостоящего видео конференциального обслуживания. Экспортеры услуг все чаще используют трансграничную торговлю для внутрифирменного оказания услуг, электронную связь с клиентами, стратегическими партнерами.

Трансграничная торговля включает транспортные услуги, на которые продолжают сохраняться довольно жесткие ограничения. В то же время следует отметить, что права на осуществление воздушных перевозок не охватываются нормами ГАТС, переговоры по морским перевозкам в рамках ГАТС провалились из-за проблем в крупнейших странах, а процесс либерализации наземных перевозок идет довольно трудно даже в контексте региональных соглашений. Трансграничная торговля занимает важное место в поставке почтовых, медицинских, туристических и других видов услуг.

Развитие электронной торговли открывает новые возможности практически для всех видов поставок услуг, сокращая время, материальные издержки на поставки услуг, часто меняя и сам характер поставки услуги.

Б. Потребление за рубежом (второй способ)

Как уже отмечалось выше, этот способ поставки услуг связан с тем, что потребитель услуги (как физическое, так и юридическое лицо) перемещается на территорию производителя услуги.

Это важный способ экспорта *услуг,* в первую очередь медицинских, туристических, транспортных и учебных. Хотя торговля ими напрямую и не регулируется, это не значит, что торговых барьеров вовсе не существует: требования, действующие в других секторах, например ограничения географического охвата медицинского страхования или на перевод платежей на иностранные инвестиции, могут препятствовать расширению торговли услугами путем «потребления за рубежом в других секторах».

В рамках этого способа предоставления услуг наиболее важную роль играют поездки отдельных потребителей на экспортные рынки в качестве туристов, а затем подготовка студентов или руководящих работников за рубежом. Продажа услуг иностранным фирмам, работающим на национальных рынках, также является разновидностью этого способа поставки услуг и создает для поставщиков услуг многих стран, в том числе и, России, эффективный метод развития экспорта услуг путем их предоставления иностранным фирмам, находящимся на национальной территории этих стран.

В. Коммерческое присутствие (третий способ)

Это довольно распространенный способ предоставления услуг. Он связан с привлечением иностранных инвестиций и созданием иностранных фирм или их филиалов, продающих услуги в стране присутствия. Режим иностранных инвестиций во многих странах ограничивает доступ иностранным коммерческим структурам ко многим отраслям производства услуг. Существуют ограничения, связанные с предоставлением национального режима в этой области. Примерно 70-80% обязательств в области коммерческого присутствия имеют ограниченный характер. Особенно это касается финансовых услуг (84%), коммуникационных услуг (91%). Можно предположить, что будущие переговоры по либерализации рынка услуг будут связаны с попытками найти решения в сложной и противоречивой области коммерческого присутствия.

С учетом высоких первоначальных, а также и последующих расходов на организацию коммерческого присутствия за рубежом такой метод в настоящее время на первый взгляд малоперспективен для России. Однако, если верны периодически появляющиеся данные о размерах средств, вывезенных из России в последние пять лет, именно этот способ может стать важным направлением восстановления позиций России на рынках услуг.

Г. Присутствие физических лиц (четвертый способ)

Согласно ГАТС перемещение физических лиц и их присутствие, связанное с оказанием услуг на зарубежном рынке труда, должны быть ограниченными по времени и иметь целью оказание услуг. Физические лица могут оказывать услуги либо самостоятельно, либо в процессе работы на иностранной фирме, либо на основе контрактов на оказание услуг, подписанных с зарубежной или национальной компанией.

В общих словах либерализация этого способа предоставления услуг свелась к горизонтальным обязательствам о расширении временного перемещения управленческого персонала и специалистов в связи с коммерческим присутствием. Некоторые страны взяли на себя также обязательства по конкретным секторам и категориям, обставив их в то же время серьезными ограничениями.

Многие страны для восполнения дефицита рабочей силы разрешают въезд высококвалифицированных кадров, с тем чтобы экономический рост не сдерживался из-за их недостатка либо в целях расширения доступа к мировым интеллектуальным ресурсам и знаниям. В настоящее время сформировался глобальный рынок квалифицированной рабочей силы. Обязательства в рамках ГАТС о допущении межфирменных перемещений наглядно показывают, что движение физических лиц тесно связано с движением капитала. Проект многостороннего соглашения по инвестициям также разрешает временный въезд, пребывание и работу инвесторов и основного персонала.

Тем не менее, между желанием привлекать или допускать в страну квалифицированную рабочую силу и стремлением сохранить рабочие места для местных кадров существует определенное противоречие, что объясняет отсутствие конструктивного диалога по вопросу о временном перемещении всех категорий физических лиц. Конкретные обязательства по такому способу предоставления услуг, как движение физических лиц, показывают, что на данный момент очень немногие страны обязались связать действующее иммиграционное законодательство и нормы регулирования.

Непризнание профессиональной квалификации и требования к получению лицензий также мешают физическим лицам оказывать услуги на экспортных рынках.

Важнейшим препятствием для данного способа предоставления услуг является тест на экономическую необходимость (ТЭН)[[2]](#footnote-2). Данный критерий позволяет соответствующим правительственным учреждениям, зачастую даже не на федеральном уровне, решать вопрос о предоставлении доступа на рынок, руководствуясь собственной оценкой экономических потребностей населения, их способностью предлагать подобные услуги или спросом на них. Соответствующие условия могут носить как качественный, так и количественный характер в зависимости от местной рыночной конъюнктуры и наличия местных поставщиков услуг, демографических характеристик или каких-либо критериев, которые во многих случаях не указываются.

Все четыре способа поставок — трансграничная торговля, потребление за рубежом, коммерческое присутствие и перемещение физических лиц — взаимозависимы. Более того, взаимозависимость способов поставок требует их комбинированного использования для получения эффективного ступа на рынки.

**3.** **Специфика международной торговли услугами**

**3.1 Специфика международной торговли услугами**

Международная торговля услугами имеет ряд особенностей по сравнению с традиционной торговлей товарами.

Во-первых, услуги в отличие от товаров производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контактах между производителями и потребителями, что обособляет международную торговлю услугами от торговли товарами, в которой часто используется посредничество.

Во-вторых, эта торговля тесно взаимодействует с торговлей товарами и оказывает на нее все возрастающее воздействие. Для поставок за рубеж товаров привлекается все больше услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой товаров. Успех товара на внешнем рынке во многом зависит от качества и количества услуг, привлекаемых для его производства и реализации (включая послепродажное обслуживание).

В-третьих, сфера услуг обычно больше защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того, транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука во многих странах традиционно находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются им. Импорт услуг в значительных масштабах может, как считают общественность и правительства многих стран, представлять собой угрозу для их благосостояния, суверенитета и безопасности. В результате перед международной торговлей услугами больше барьеров, чем перед торговлей товарами.

В-четвертых, не все виды услуг, в отличие от товаров, пригодны для широкого вовлечения в международный хозяйственный оборот. В первую очередь это относится к некоторым видам услуг, поступающих преимущественно в личное потребление (например, коммунальные и бытовые услуги).

3.2 Торговое посредничество в сфере услуг

Во внешнеэкономических связях значительное место занимают отношения производителей экспортируемых товаров и услуг с торговыми и посредническими фирмами. Данные отношения опосредствуются особыми видами договоров – договорами поручения и комиссии.

Предметом договора поручения в сфере внешнеэкономической деятельности являются чаще всего изучение рынка, расчеты цен, выявление заинтересованных клиентов, установление с ними контактов, проведение рекламных кампаний, проведение переговоров с заключением контрактов и т.д. Такие договоры на услуги носят возмездный характер.

В соответствии с договором комиссии одна сторона (комиссионер) по поручению другой стороны (комитента) обязуется за вознаграждение совершить для комитента одну или несколько сделок от своего имени (на товар или услугу).

Среди услуг, оказываемых посредниками, можно отметить покупку и продажу товаров от собственного имени, но за чужой счет (комиссионная торговля), кредитование покупателей, сдача в аренду (лизинг), заключение контрактов с транспортными и страховыми компаниями, контроль товаров, посредничество в платежных операциях, организацию соответствующего документооборота, улаживание недоразумений с таможней, представительство в арбитражных судах, складирование и погрузку, проведение рекламных и других мероприятий по продвижению товаров на заграничные рынки и др.

Посредники могут быть специализированные и универсальные. Наиболее полное развитие идея универсализации получила в рамках торговых домов, в деятельность которых может входить предоставление широкого спектра услуг в стране и за рубежом. Особенно эта форма распространена в Японии. Там в середине 80-х годов ХХ века 9 торговых домов контролировали около 40% экспортных и 50% импортных сделок.

**3.3 Внешняя торговля услугами в России.**

Россия входит в число 30 экспортеров и в «двадцатку» мировых импортеров услуг.

Позиции России на мировом рынке услуг значительно уступают ее позициям на рынке товаров. Структура российского экспорта услуг определяется структурой их производства и, прежде всего, базируется на транспорте и туризме.

Весомое абсолютное увеличение продаж туристических услуг имеет в своей основе преимущественно ценовой фактор, связанный с существенным укреплением рубля по отношению к ведущим мировым валютам, особенно к доллару США. В результате за получение аналогичного набора услуг в РФ иностранные туристы платят в валютном эквиваленте значительно больше, чем несколько лет назад. Число въездов в Россию иностранных граждан из стран дальнего зарубежья увеличилось в 2006 г. по сравнению с 2002 г. только на 12%, тогда как средние расходы одного въехавшего в РФ выросли на 45% (с 336 долл. в 2002 г. до 488 долл. в 2006 г.).

В структуре российского экспорта услуг практически отсутствуют маркетинговые, управленческие, консалтинговые, аудиторские, компьютерные услуги. Слабо представлены финансовые услуги. Строительные услуги неконкурентоспособны, в связи с низким качеством, устаревшей технологией и сроками выполнения.

В качестве конкурентоспособных услуг можно назвать услуги в области связи (космические разработки), услуги по запуску объектов в космос, услуги в сфере некоторых научно-технических разработок и небольшое число других услуг.

В международном обмене услугами основными для России, в отличие от большинства стран, являются в отношении экспорта трансграничная торговля, а в отношении импорта — услуги иностранных компаний на территории России.

Основные структурные сдвиги в экспорте услуг - сокращение удельного веса доходов от туризма с 30, 6% в 2002 г. до 24, 7% в 2006 г. и транспортных услуг - с 40, 3% до 32, 6% соответственно. В то же время значительно выросла доля прочих деловых услуг - с 14, 8% до 22, 6% и строительных услуг - с 5, 1% до 9, 8%.

Представляет интерес устойчивая тенденция роста объемов и повышения удельного веса экспорта различных наукоемких видов услуг. К таким услугам относятся: услуги космического транспорта, телекоммуникационные услуги, компьютерные и информационные услуги, роялти и лицензионные платежи, услуги в области исследований и разработок, услуги в области архитектуры, инженерные услуги, услуги в технических областях. Суммарное абсолютное приращение экспорта по указанным позициям за 2003-2006 гг. равнялось 2, 3 млрд. долл. (или свыше 13% всего повышения доходов по услугам за соответствующий период). Увеличение в 2006 г. к 2002 г. составило 2, 6 раза, в 2006 г. к 2001 г. - 3, 3 раза. Доля в общем экспорте услуг выросла с 9, 9% в 2001 г. и 10, 8% в 2002 г. до 12, 1% в 2006 г. Самыми динамичными в группе наукоемких услуг были компьютерные услуги (рост в 2006 г. к 2002 г. в 6, 1 раза), а также услуги в области архитектуры, инженерные услуги, услуги в технических областях (рост в 3, 8 раза).

На сегодня наиболее высокие индексы международной специализации России в торговле услугами сложились в экспорте услуг, так или иначе связанных с территориальным фактором (наличие большой и географически выгодно расположенной территории, возможностей для развития различных видов туризма, др.), и услуг, обусловленных использованием традиционных конкурентных преимуществ.(1) Среди услуг, привязанных к территориальному фактору, - услуги транспорта (с общим индексом 1, 42 в 2006 г. и 1, 56 в 2005 г.), связи (1, 38 в 2005 г.), международного туризма (0, 91 в 2006 и 0, 84 в 2005 г.). По большинству указанных видов и подвидов услуг в первой половине текущего десятилетия происходило снижение индекса международной специализации РФ, хотя он по-прежнему превосходил аналогичные показатели для других секторов услуг. Исключение составляли стабильно высокий индекс международной специализации по услугам прочих видов транспорта (что связано с растущими объемами транзитных перевозок железнодорожным и трубопроводным транспортом) и в основном стабильный и также достаточно высокий индекс по услугам воздушного транспорта (по причине увеличения международного туристического потока и сохраняющегося монополизма российских перевозчиков на ряде направлений, традиционно прочных позиций РФ на рынках авиаперевозок негабаритных и сверхтяжелых грузов). Самым высоким является индекс международной специализации России в экспорте строительных услуг (приближается к 4), причем за последние годы с расширением участия отечественных компаний в сооружении энергетических и иных объектов за рубежом он существенно вырос.

Недостаточное развитие сферы услуг в России, слабая правовая и экономическая защищенность российских производителей услуг послужили причиной довольно быстрого расширения иностранной деятельности на этом участке экономики государства.

Импорт услуг вырос в 2006 г. по сравнению с 2002 г. в 1, 9 раза. Абсолютная сумма прироста за весь рассматриваемый период составила 21, 2 млрд. долл., в том числе 33% общего прироста было обеспечено за счет расширения импорта туристических услуг, по 18% - за счет импорта транспортных и прочил деловых услуг, 13% - за счет строительных услуг, 8% - за счет увеличения расходов по статье "роялти и лицензионные платежи", 4% - за счет страховых и финансовых услуг.

Таким образом, основное приращение импорта услуг произошло за счет расширения закупок традиционных видов услуг (туристических, транспортных, строительных) при относительно меньшей роли интеллектуальных и технически сложных услуг, необходимых для модернизации отечественной экономики.

Активное участие иностранных компаний привело к определенным положительным результатам: увеличилось число рабочих мест; появились новые виды услуг, отсутствовавших ранее; предприятия сферы услуг оснащались высокопроизводительным оборудованием, необходимым для осуществления высокотехнологичных процессов; реконструировались и обновлялись здания и сооружения, особенно в крупных городах.

Не обошлось и без негативных последствий: во многих случаях иностранные фирмы нарушали или обходили несовершенное российское законодательство в сфере услуг; происходило поглощение российских предприятий иностранными; иностранные компании довольно широко, использовали недобросовестные методы конкуренции на российском рынке.

Наиболее высокие темпы роста в 2003-2006 гг. были зафиксированы в импорте по статье "роялти и лицензионные платежи" - 5, 9 раза, финансовых услуг - 3, 8 раза, услуг в сфере культуры и отдыха (хотя с очень низкой базы) - 3, 1 раза, строительных услуг - 2, 55 раза, транспортных услуг - 2, 4 раза. Высокие темпы роста расходов по статье "роялти и лицензионные платежи" обусловлены, с одной стороны, низкой стартовой базой, а с другой - объективным повышением потребностей отечественных производителей в приобретении современных технологий и ноу-хау. Значительное увеличение импорта финансовых услуг связано с быстрым ростом в последние годы заимствований российских компаний на мировом рынке ссудного капитала (в форме кредитов и облигационных займов, прежде всего евробондов), а также с высокой активностью резидентов по размещению IPO на зарубежных площадках. Динамичное развитие импорта услуг в сфере культуры и отдыха во многом является следствием процессов интернационализации российского шоу-бизнеса, сопряженных с расширением импорта аудиовизуальных и связанных с ними услуг. Устойчивый рост импорта строительных услуг стимулируется высокой инвестиционной активностью в стране, в том числе в сфере жилищного строительства и сооружения инфраструктурных объектов. Более чем удвоение импорта транспортных услуг - результат быстрого увеличения внешней торговли товарами и выездного туристического потока из РФ.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На протяжении двух последних десятилетий наблюдается тенденция повышения роли услуг в экономике стран мира.

При рассмотрении данной темы можно сделать следующие **выводы**:

1. отрасли сферы услуг чрезвычайно разнообразны. К сфере обслуживания относится и государственный сектор с его судами, биржами труда, больницами, ссудными кассами, военными службами, полицией, пожарной охраной, почтой, органами регулирования и школами, и частный некоммерческий сектор с его музеями, благотворительными организациями, церковью, колледжами, фондами и больницами. Также к сфере услуг относится и добрая часть коммерческого сектора с его авиакомпаниями, банками, бюро компьютерного обслуживания, отелями, страховыми компаниями, юридическими фирмами, консультативными фирмами по вопросам управления, частнопрактикующими врачами, кинофирмами, фирмами по ремонту сантехнического оборудования и фирмами-торговцами недвижимостью.
2. сфера услуг постоянно изменяется, наряду с традиционными отраслями сферы обслуживания постоянно возникают новые службы.
3. специфическая особенность услуги как товара состоит в том, что она не имеет вещественной формы, а выступает как результат определенной деятельности. Производство и купля-продажа услуг подчинены действию закона стоимости, и их обмен на товары в материально-вещественной форме или другие услуги производится в соответствии с количеством затраченного на их производство труда.
4. мировой рынок услуг разбивается на более узкие рынки, так как услуги разнообразны и разнородны. В основе этого рынка лежит огромная и быстрорастущая часть мирового хозяйства – сфера услуг.
5. на развитие сферы услуг большое влияние оказывает научно-техническая революция: появляются новые виды услуг, повышается качество обслуживания, снимаются технические барьеры в передаче некоторых услуг, что открывает для них мировой рынок.
6. позиция России на мировом рынке услуг в настоящее время не очень устойчива: она входит в тридцатку крупных стран – участниц международной торговли услугами, но продолжает оставаться нетто-импортером услуг. На Россию приходится 1,4% мирового импорта услуг и 1,0% мирового экспорта.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Аброскин А. Сфера услуг и экономическое развитие// Вопросы статистики.2000. №10
2. Арасланов Т.Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения//Маркетинг в России и за рубежом.-2004.-№2
3. Бабин Э.П., Исаченко Т.М. Внешнеэкономическая политика - М.:ЗАО « Издательство «Экономика», 2006
4. Бугаков В.П. Особенности маркетинга услуг// Маркетинг в России и за рубежом- 2000.- №2
5. Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. М., 2000
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2002.
7. В.Е. Рыбалкин. Международные экономические отношения. Раздел III. Глава 11. Международная торговля товарами и услугами. Основные характеристики и показатели. Учебник для вузов / В.Е. Рыбалкин, Ю.А. Щербанин, Л.В. Балдин и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001.
8. К.А. Семенов. Международные экономические отношения. Раздел II. Глава 12. Международная торговля услугами. Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
9. Ю.Н. Грачев. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций. Раздел Х. Международная торговля услугами. Учебно-практическое пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», 2001
10. Международная торговля услугами/И.И.Дюмулен. - М.:ЗАО «Издательство «Экономика», 2003.
11. Международные экономические отношения.: Учебник/ под общ. ред. В.Е. Рывалкина. - М.: Журнал "Внешнеэкономический бюллетень", Дипломатическая Академия при МИД РФ, 2000.
12. Россия в мировой экономике / Под ред. В.Д. Адрианова. М.: "Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС",2000.
13. [Российский внешнеэкономический вестник](http://www.finanal.ru/rossiiskii-vneshneekonomicheskii-vestnik), 01.2008. И.А. Кобрина, К.Б. Седов

**Приложение 1**

Таблица 1

**Динамика внешней торговли услугами в Российской Федерации 2002**–**2008 гг. (млрд долларов)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Экспорт** | | | | **Импорт** | | | |
|  | **Всего** | **СНГ** | **ЕС** | **АТЭС** | **Всего** | **СНГ** | **ЕС** | **АТЭС** |
| 2002 | 13,6 | 2,9 | 4,1 | 2,2 | 23,5 | 3,8 | 6,7 | 3,3 |
| 2003 | 16,2 | 3,1 | 5,1 | 2,5 | 27,1 | 4,0 | 8,3 | 4,0 |
| 2004 | 20,6 | 3,6 | 7,0 | 3,5 | 33,3 | 4,6 | 12,7 | 3,9 |
| 2005 | 25,0 | 4,4 | 9,9 | 4,2 | 38,8 | 4,9 | 16,9 | 3,9 |
| 2006 | 31,1 | 5,0 | 12,0 | 5,3 | 44,7 | 5,1 | 18,8 | 4,9 |
| 2007 | 39,4 | 8.1 | 15,9 | 6,3 | 59,1 | 6,1 | 25,8 | 6,2 |
| 2008 | 51,3 | 11,2 | 20,7 | 7,1 | 76,4 | 7,4 | 32,7 | 7,9 |

Источник: ЦБ РФ

1. Термины - «первый способ», «второй способ» и т.д. вошли в разряд профессиональной терминологии ГАТС и могут быть использованы в ряде документов самостоятельно. [↑](#footnote-ref-1)
2. ТЭН («economic needs test») связан с тем, что разрешения на въезд в страну с целью работы правительство выдает исходя из потребности в рабочей силе (экономическая необходимость в привлечении иностранных рабочих). [↑](#footnote-ref-2)