

ОГЛАВЛЕНИЕ

[**ВВЕДЕНИЕ 6**](#_Toc168940358)

[**1. Теоретические аспекты международной торговли услугами 8**](#_Toc168940359)

[**1.1. Классификация услуг 9**](#_Toc168940360)

[**1.2. Формирование региональных рынков услуг 15**](#_Toc168940361)

[**2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 18**](#_Toc168940362)

[**2.1 Современные тенденции международной торговли услугами 24**](#_Toc168940363)

[**2.2 Проблемы и перспективы международной торговли услугами 26**](#_Toc168940364)

[**СПЕЦИФИЧНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ 29**](#_Toc168940365)

[**ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31**](#_Toc168940366)

[**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 5**](#_Toc168940367)

## ВВЕДЕНИЕ

Современная международная торговля услугами быстро развивается и значительно влияет как на мировую экономику, так и на национальные экономики, приобретая всё большее значение в общественной жизни всех стран. Этот процесс является естественным следствием растущих потребностей, научно-технического прогресса и углубления разделения труда.

В международной торговле обмен услугами занимает важное и растущее место. Если сравнивать международную торговлю товарами и услугами, то последняя характеризуется неоднородностью, многообразием и многоплановостью различных видов услуг. Это затрудняет унифицированный подход к регулированию их ввоза и вывоза, а также применение общепринятых норм международной торговли, таких как режим наибольшего благоприятствования и национальный режим.

В последнее время проблема детального исследования мировой торговли услугами становится всё более актуальной, поскольку в связи с обрушившимися на Россию санкциями и блокировкой доступа к торговле во многих странах, стало сложнее развиваться в рынке международных услуг. Это вынуждает компании адаптироваться к другим рынкам, искать новые каналы взаимодействия и пути развития экономики. В такой ситуации необходимо более детальное изучение структуры и динамики мировой торговли услугами, чтобы выявить новые возможности для роста и развития, а также разработать стратегии, способствующие устойчивому функционированию на международном уровне.

**Цель** исследования: изучение особенностей торговли услугами.

**Задачи** исследования:

1. Изучить проблемы, влияющие на мировой процесс торговли услугами.

2. Исследовать сущность международной торговли услугами.

3. Определить понятие международной торговли услугами.

4. Определить динамику и текущие тенденции международной торговли услугами.

**Объект исследования** - основополагающие характеристики международной торговли.

**Предмет исследования** - определение масштабов и значения международной торговли услугами.

**Структура** курсовой работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемых источников. Первая глава включает три параграфа и повествует о теоретических аспектах международной торговли услугами. Вторая глава так же состоит из трех параграфов и нацелена на определение тенденций, проблем и перспектив международной торговли услугами в наше время. Общий объём курсовой работы составляет двадцать пять страниц.

## 1. Теоретические аспекты международной торговли услугами

Услуги - это экономическая деятельность, направленная на удовлетворение личных потребностей членов общества, домашних хозяйств, нужд различных предприятий, организаций, объединений, а также общественных потребностей или потребностей общества в целом, которые, в свою очередь, не имеют материально-вещественной формы.
Международная торговля услугами представляет собой обмен различными видами услуг между странами. В отличие от торговли товарами, торговля услугами включает в себя пересылку знаний, опыта, экспертизы и навыков.

Термин "международная торговля" охватывает международный обмен значительным количеством видов услуг. Каждая из этих услуг имеет свои уникальные особенности. Несмотря на разнообразие этого термина, можно выявить множество тенденций и закономерностей, характерных для данной области международной торговли. Основные характеристики международной торговли услугами включают:

1. Невозможность хранения услуг;

2. Изменчивость и неоднородность качества;

3. Неразрывность процесса потребления и производства;

4. Невидимость;

5. Неосязаемость.

Мировой рынок услуг состоит из множества узких "специализированных" рынков, что обусловлено разнообразием и многообразием услуг.

Мировой рынок услуг, представляющий собой сферу обмена между странами услугами, является неотъемлемой частью международных экономических отношений наряду с мировыми рынками товаров, капитала и рабочей силы. Предметом обмена на этом рынке являются услуги, выступающие как результаты важнейших сфер человеческой деятельности: науки, техники, производства и управления. Формы реализации услуг на рынке достаточно многообразны: от классических лицензионных соглашений и продажи машин и оборудования, произведенных по новой технологии, до заключения компенсационных сделок.

В целом основными стимулами роста международных услуг являются:

• развитие научно-технического прогресса, внедрение новых технологий, которое создает необходимые условия для дальнейшего углубления специализации экономики и усиления тенденции к социализации сферы услуг;

• долговременный экономический подъем, приведший к росту доходов, что соответственно не могло не вызвать дополнительной потребности в ряде услуг, например в области туризма;

• деиндустриализация развитых стран и трансформация их национальных хозяйств в так называемые "экономики услуг";

• переквалификация рабочих мест, увеличивающая численность занятых в сфере услуг;

• индифферентность к невосполнимым природным ресурсам и развитие производительных сил за счет специализации и кооперации производства продукции, сокращающее малоэффективный экспорт.

## 1.1. Классификация услуг

Существуют определенные проблемы при классификации мирового рынка услуг. Это объясняется наличием большого количества подобных классификаций, которые предлагаются практически каждой международной экономической организацией.

Разработанный в ходе Уругвайского раунда и действующий в рамках ВТО Классификатор услуг включает 160 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 группы
9. Туризм – 4 группы
10. Спорт – 5 групп
11. Транспортные услуги – 33 группы
12. Прочие

В Классификаторе услуг ВТО в качестве главного классификационного признака используется деловое назначение услуги

На основе подхода МВФ все услуги можно разделить на торгуемые и неторгуемые. К торгуемым относятся услуги, которые пригодны для широкого вовлечения в международный торговый оборот. В свою очередь, неторгуемые услуги, производятся и потребляются исключительно в национальных рамках и преимущественно не используются в международном торговом обороте.

Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) и другие международные организации делят услуги на коммерческие и некоммерческие. Коммерческие услуги предоставляются на платной основе (финансовые, транспортные, туристические и др.). Некоммерческие услуги предоставляются на бесплатной основе.

В Мировом банке принят расширительный подход к услугам, в число которых включается и движение дохода. Услуги делятся на факторные и нефакторные. Факторные услуги - доходы и платежи, возникающие в связи с международным движением факторов производства. Это платежи за использование капитала - проценты, дивиденды, прибыль, платежи за использование земли - роялти, за технологию - лицензионные платежи, за труд - зарплата и другие выплаты нерезидентам. К нефакторным услугам относятся все другие услуги (транспорт, путешествия, прочие нефинансовые услуги).

Таблица 1. Классификация торгуемых услуг в международном обороте

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид | Подвид | Услуги, за которые осуществляются платежи между резидентами и нерезидентами |
| 1. Транспорт | Пассажирский | Международная перевозка пассажиров всеми видами транспорта и оказание сопутствующих услуг |
| Грузовой | Международная перевозка грузов всеми видами транспорта и оказание сопутствующих услуг |
| 2. Поездки | Деловые | Товары и услуги, приобретенные нерезидентами, путешествующими по делу (командировки) |
| Личные | Товары и услуги, приобретенные нерезидентами, путешествующими по личным вопросам (туризм) |
| 3. Связь |  | Услуги почтовой, курьерской, телефонной и иной связи между резидентами и нерезидентами |
| 4. Строительство |  | строительство объектов за рубежом, осуществляемое на временной основе резидентами |
| 5. Страхование |  | Страхование нерезидентов страховыми компаниями-резидентами |
| 6. Финансовые услуги |  | финансовое посредничество между резидентами и нерезидентами (комиссия за открытие аккредитивов, обмен валюты, брокерские услуги и т.п.) |
| 7. Компьютерные и информационные услуги |  | консультации в области компьютерных программ, информационные услуги (обработка данных, пользование базами данных, подписка на информационные линии), обслуживание компьютеров |

Продолжение таблицы 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8. Роялти и лицензионные платежи |  | Пользование правами собственности (торговая марка, патент, копирайт и т.д.) и использование оригиналов или прототипов (фильмов, рукописей) на основе лицензии |
| 9. Другие бизнес-услуги | Посреднические услуги |  Комиссия за посредничество |
| Лизинг | Лизинг и фрахт судов, самолетов без экипажей и другого транспортного оборудования |
| Прочие деловые, профессиональные и технические услуги | Правовые, бухгалтерские, управленческие, рекламные и иные услуги, а также услуги по проектированию, картографии, надзору за строительством, защите урожая, разведыванию полезных ископаемых и пр  |
| 10. Личные, культурные и рекреационные услуги | Аудиовизуальные услуги | Производство фильмов, радио- и телевизионных программ, компакт-дисков, гонорары артистов |
| Прочие | Показ выставок, проведение спортивных и других мероприятий |
| 11. Правительственные услуги |  | Поставка товаров в посольства, консульства, представительства международных организаций, операции ООН по поддержанию мира |

Евдокимов А.И. Международные экономические отношения. – М.: Проспект, 2003. С. 176

Важно учитывать, что в Российской Федерации такие виды услуг включаются статистикой в область материального производства. Сюда входят производственные виды бытового обслуживания, розничная торговля, строительство, связь для обслуживания производства, грузовой транспорт, материальное снабжение, сбыт и заготовка.

**Сравнение международной торговли услугами с традиционной торговлей товарами: выявление особенностей**

Международная торговля услугами обладает рядом отличий по сравнению с традиционной торговлей товарами. Рассмотрим их:

Эти различия подчеркивают уникальные аспекты каждого типа торговли и важность обеих для глобальной экономики.

Международная торговля услугами по сравнению с торговлей товарами имеет следующие особенности:

* регулируется не на границе, а внутри страны соответствующими положениями внутреннего законодательства. Отсутствие или наличие факта пересечения услугой границы не может выступать критерием экспорта услуги (равно как и валюта, в которой эта услуга оплачивается);
* услуги не подлежат хранению. Они производятся и одновременно потребляются. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контрактах между их производителями и потребителями;
* производство и реализация услуг имеют большую государственную защиту, чем сфера материального производства и торговля. Транспорт, связь, финансовые и страховые услуги, наука, образование, здравоохранение во многих странах находятся в полной или частичной собственности государства или же под строгим его контролем;
* международная торговля услугами находится в тесной взаимосвязи с торговлей товарами и оказывает на нее сильное воздействие. Например, велико воздействие сферы услуг на торговлю наукоемкими товарами, требующую больших объемов технического обслуживания, информационных и различных консультационных услуг;

• не все виды услуг в отличие от товаров могут являться предметом торговли. Услуги, поступающие преимущественно в личное потребление, не могут быть вовлечены в международный хозяйственный оборот.

Ключевым, в торговле услугами является то, что в большинстве случаев в какой-то момент должно произойти физическое соприкосновение покупателя и продавца услуги. Только в этом случае сделка международной купли-продажи услуги состоится. Существует несколько механизмов совершения сделок по международной торговле услугами:

• Мобильность покупателя. Покупатели услуг, являющиеся резидентами одной страны, приезжают к продавцу услуг, являющемуся резидентом другой страны. Мобильность покупателя обычно основана на том, что за рубежом он сможет получить услугу, которая либо отсутствует в его стране (туризм), либо качество которой выше (образование, медицинская помощь), либо стоимость ее ниже (складирование товаров, ремонт судов).

• Мобильность продавца. Продавец услуг, являющийся резидентом одной страны, приезжает к покупателю услуг, являющемуся резидентом другой страны. Мобильность продавца обычно основана либо на том, что его получатель находится за рубежом и не может переместиться к продавцу (аудиторские и бухгалтерские услуги для предприятий), либо на специфическом Тракторе самой услуги (строительство).

• Одновременная мобильность продавца и покупателя или мобильный характер самой услуги. И продавец, и покупатель либо одновременно совместно используют услугу (международный телефонный разговор), либо собираются в третьей стране (международная конференция), либо продавец оказывает покупателю услугу через представительство в третьей стране (командирование иностранных специалистов из московского представительства Всемирного банка в страны СНГ для оказания технической помощи).

Эти различия подчеркивают уникальные аспекты каждого типа торговли и важность обеих для глобальной экономики.

## 1.2. Формирование региональных рынков услуг

На практике политика регулирования международного рынка услуг оказывается тесно связана с политикой регулирования на соответствующих внутренних рынках.

Наиболее распространенной и наиболее очевидной формой такой связи является сочетание лицензионной и/или антимонопольной политики на внутреннем рынке с протекционистской политикой на внешнем рынке. Действительно, как показано в обзоре Антимонопольное законодательство и международная торговля, антимонопольная политика на практике оказывается политикой защиты некоторых предприятий, действующих на внутреннем рынке, от конкурентов.

Разумеется, такая защита не может быть эффективна, если зарубежные конкуренты имеют свободный доступ на внутренний рынок. Разумеется, если антимонопольные или лицензионные регулятивы принимались под давлением отраслевого лобби, то у этого лобби хватит политического влияния также и на то, чтобы продавить протекционистские меры.

Распространенным примером такой политики является сочетание лицензий права занятия медицинской практикой в сочетании с отказом признавать дипломы иммигрантов - многие обладатели советских врачебных дипломов столкнулись с этой проблемой при эмиграции в США.

В ряде случаев, особенно когда соответствующий сегмент внутреннего рынка жестко зарегулирован, внешний рынок используется как "предохранительный клапан" для компенсации возникающих на внутреннем рынке диспропорций, избытков и дефицитов. Слова о "предохранительном клапане", разумеется, не встречаются открытым текстом в официальных документах и политических дебатах, но исследователи нередко их используют.

В некоторых случаях внутреннее регулирование прямо способствуют росту международного рынка услуг. Так, рост ITES (IT-enabled services, обеспечиваемые информационными технологиями услуги) индустрии в Индии обусловлен более низкой средняя зарплатой (особенно для малоквалифицированных работников) и более низкой стоимостью аренды помещений в Индии по сравнению с развитыми странами. Частично такая разница обусловлена "объективными" факторами, а именно более низкой производительностью труда в Индии (как средней, так и маргинальной).

Однако существуют и другие факторы, действующие в том же направлении, а именно, трудовое законодательство развитых стран (в первую очередь законы о минимальной оплате труда, особенно актуальные в низкооплачиваемых сегментах рынка труда), налоговая политика и правила торговли и аренды недвижимости, в первую очередь правила зонирования, которые ограничивают предложение офисных помещений и - в соответствии с законами рынка - приводят к росту цен на такие помещения .

Приемы регулирования внутреннего рынка услуг включают в себя:

1. Обязательную сертификацию и лицензирование.

2. Принятие специальных законов и даже кодексов, регулирующих отдельные отрасли (особенно финансы, здравоохранение или образование).

3. Создание специальных регулирующих ведомств, имеющих право устанавливать собственные регулятивы в виде подзаконных актов, и иногда получающих статус министерств.

4. Различные меры, обеспечивающие и узаконивающие деятельность отраслевых профсоюзов.

5. Прямое регулирование условий труда и заработной платы.

6. Установление юридических и фактических монополий, картелей, цехов и т.д.

7. Антимонопольное и антидемпинговое законодательство.

8. Прямое регулирование номенклатуры и качества предоставляемых услуг.

9. Прямое регулирование цен.

10. Субсидирование, как прямое, так и косвенное. С небольшой натяжкой к этой же категории регулирования можно отнести налоговые льготы.

11. Разнообразные регулятивы, призванные прекратить или хотя бы сократить нецелевое (что бы под этим ни подразумевалось) использование субсидируемых услуг, в том числе экспорт субсидируемых услуг или товаров (или других услуг) производимых с их помощью. Далее мы будем для краткости называть это явление "экспортом субсидий". Через этот механизм нередко регулирование "перетекает" в отрасли, технологически связанные с регулируемой - например, зарегулированная медицина приводит к регулированию медицинского образования.

12. Национализацию и другие формы огосударствления; так, городской транспорт во многих странах принадлежит муниципалитетам.

13. Планово-убыточные национализированные или муниципальные предприятия - сочетание субсидирования и национализации; любопытно, что в это состояние отрасль может приходить по двум траекториям: когда субсидирование предшествует национализации либо когда сначала происходит национализация прибыльных предприятий, затем национализированные предприятия становятся убыточными, и, наконец, факт убыточности оказывается всеми признан, для всех привычен и прописан в бюджет отдельной строкой.

14. Бесплатные услуги, оказываемые планово-убыточными - "бюджетными" - государственными предприятиями.

Теоретическое обоснование этих мер отличается большим разнообразием. Во многих случаях речь идет об откровенном подкупе избирателей - например, когда субсидируемое здравоохранение называют "социальным завоеванием" - либо о столь же откровенном удовлетворении требований отраслевых лоббистов.

Нередко в защиту жестких приемов регулирования выдвигаются и более убедительные соображения - как "чисто прагматические", например вопросы качества услуг или безопасности, так и теоретические - например, теории "естественной монополии" (для установления монополий, чаще всего транспортных и телекоммуникационных), "равных стартовых условий" (для субсидирования образования), "общественного блага" (для субсидирования транспорта или эпидемиологической медицины).

Нередко сильная зарегулированность отдельных отраслей вообще не имеет никакого убедительного объяснения и оказывается простым исторически сложившимся результатом явления, известного как "эффект храповика" (ratchet-wheel effect, в русскоязычной литературе это явление иногда также называют "порочным кругом"), когда негативные последствия ранее введенных регулятивов пытаются преодолеть новым регулированием, а не отменой этих самых ранее введенных регулятивов .

Так, неразумная лицензионная политика приводит к картелизации рынка, повышению цен и сокращению предложения; это пытаются преодолеть субсидированием; затем возникают вопросы о коррупции при распределении субсидий и/или их нецелевом использовании (или просто скрытом перераспределении) и отрасль национализируют. Как уже отмечалось, иногда субсидирование начинается уже после национализации.

## 2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Торговля услугами — это коммерческие сделки, которые не связаны с товарами. В отличие от торговли товарами, экспорт или импорт услуг не всегда предполагает пересечение таможенной границы. Услуга может быть предоставлена нерезиденту внутри таможенной территории данной страны, и в этом случае сделка будет считаться международной. Услуга становится предметом международной торговли, если её производитель и покупатель являются резидентами разных стран, независимо от места совершения сделки.

Быстрое расширение международной торговли услугами в последние десятилетия обусловлено как опережающим развитием самой сферы услуг и появлением новых видов услуг, так и ростом мировой экономики, торговли товарами, усилением процессов глобализации. При этом постоянно увеличивается степень диверсификации торговли услугами, детализируется классификация услуг, возникают новые модели и формы ведения бизнеса в сфере услуг. Указанные факторы затрудняют анализ торговли услугами, выработку унифицированных подходов к ее регулированию.

В отличие от торговли товарами, где есть только трансграничная поставка, Всемирная торговая организация выделяет 4 способа поставки услуг, и обсуждается пятый способ поставки услуг, когда последние продаются в интегрированном с товарами виде. Соответственно, есть большая специфика в организации и технике торговли, маркетинге и продвижении экспорта услуг. Большая часть услуг реализуется нерезидентам непосредственно в стране нахождения поставщика услуг, поэтому в экспорте услуг очень важное значение имеет качество внутренней регуляторной среды.

Экспорт услуг в терминах добавленной стоимости намного более выгоден, чем поставки товаров. По оценке Всемирной торговой организации, в глобальном экспорте добавленной стоимости на услуги приходится около 50 процентов, тогда как в валовом экспорте товаров и услуг - немногим более 20 процентов. Это связано прежде всего с исходной существенно большей долей добавленной стоимости в валовом выпуске секторов услуг, а также с растущим потреблением услуг промышленными производствами.

Географическое распределение мирового импорта услуг лишь частично отражает фактическое потребление услуг, поскольку при их реализации и оплате широко используются офшорные и иные схемы оптимизации бизнес-процессов.

В силу особой чувствительности и сложности рынков услуг, а также их высокой защищенности нетарифными инструментами либерализация международной торговли услугами происходит значительно медленнее, чем в торговле товарами. В связи с этим преференциальные соглашения в торговле услугами создают для взаимного экспорта стран-участниц критически значимые преимущества по сравнению с третьими странами.

Цифровизация и внедрение новых информационных и иных технологий оказывают наибольшее влияние на рынок услуг, стремительно растет виртуальная торговля услугами, появляются возможности для участия в торговле услугами у широкой массы предпринимателей и домохозяйств, стирается грань между внутренней и международной торговлей услугами.

В среднесрочной перспективе действие структурно-технологических факторов приведет к значительным изменениям на рынках услуг, а именно:

в условиях растущей цифровизации и распространения онлайновых цифровых платформ усилится переток многих видов услуг в виртуальную сферу, появятся новые формы торговли услугами, в результате чего возникнут новые задачи по учету и регулированию такой торговли;

снизится потребность в трансграничном перемещении физических лиц для оказания (получения) услуг под влиянием новых технологий телеприсутствия, виртуальной и дополненной реальностей, дистанционно управляемой робототехники и других;

ускорится процесс сервисификации промышленных отраслей в связи с увеличением объема услуг, дополняющих промышленную продукцию;

становление нового технологического уклада будет формировать постоянно растущий и диверсифицированный спрос на услуги в сфере информационных технологий и связанные с ними деловые и профессиональные услуги;

виртуализация и цифровизация деятельности ведущих многонациональных корпораций в сфере обрабатывающей промышленности, прежде всего в машиностроении, значительно усилят их ориентацию на торговлю цифровыми услугами и продуктами, продолжающими или дополняющими основную деятельность, приведут к росту конкуренции на мировом рынке услуг за счет выхода на него ранее непрофильных поставщиков;

изменение технологий и конфигурации производства, появление и распространение новых бизнес-моделей могут сопровождаться постепенным торможением трансграничной деятельности, связанной с перемещением грузов и физических лиц.

Положительное влияние на развитие российского экспорта услуг окажут следующие тенденции и факторы глобального развития:

дальнейшее повышение роли сферы услуг в мировой экономике и формировании глобального спроса, трансформации развивающихся рынков, ведущих к расширению потребления услуг;

развитие процесса цифровизации и радикальные технологические трансформации, значительно повышающие возможности для международной торговли услугами через информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), дистанционного оказания услуг;

широкое распространение глобальных и региональных цепочек добавленной стоимости в обрабатывающих отраслях, обеспечивающее повышение спроса на услуги со стороны участников таких цепочек;

развитие интеграционных процессов, охватывающих сферу услуг, в Евразии и Азиатско-Тихоокеанском регионе, в особенности формирование единого рынка услуг в рамках Евразийского экономического союза, заключение новых торговых соглашений Евразийского экономического союза с третьими странами;

обострение глобальных проблем в части ухудшения экологии, изменения климата, продовольственной безопасности, кибербезопасности и других создает условия для появления новых крупных рынков инновационных видов услуг.

Угрозы и риски, связанные с участием Российской Федерации в международной торговле услугами, включают:

усиление глобальной военно-политической напряженности, повышение рисков функционирования энергетической, транспортной, технологической и иной инфраструктуры;

значительные риски снижения динамики развития мировой экономики и глобального спроса в связи с ростом финансовых и структурных дисбалансов, вероятностью кризисного сценария для сферы глобальных финансов;

сохранение односторонних экономических ограничений со стороны западных стран в отношении российских поставщиков финансовых услуг, а также вероятное распространение ограничений на отечественные компании, специализирующиеся на строительстве атомных и иных энергетических объектов, электрических сетей и транспортной инфраструктуры за рубежом, российских операторов в сфере высокотехнологичных и интеллектуальных услуг;

усиление протекционизма в мире и эскалация торговых войн, затрагивающих в том числе торговлю услугами, между Соединенными Штатами Америки, Европейским союзом и Китаем;

кризис международной торговой системы под влиянием пересмотра Соединенными Штатами Америки своих обязательств по многим торговым соглашениям и фактического отхода от многосторонних норм Всемирной торговой организации;

развитие альтернативных транспортных маршрутов проходящим по территории Российской Федерации транспортным маршрутам на стратегических транзитных направлениях Восток - Запад и Север - Юг.

По данным Федеральной Таможенной Службы суммарный внешнеторговый оборот России в 2022 году составил 850,5 миллиардов долларов США, увеличившись по сравнению с 2021 годом на 8,1%. При этом российский экспорт составил 591,5 мрлд. USD, показав прирост на 19,9%. Импорт России составил 259 мрлд. USD, снизившись на 11,7%.

Часть таблицы распределения по товарным группам со сравнением по отношению к 2021 году приведена ниже.

|  |
| --- |
| Таблица 2. Внешняя торговля России в 2022 году, млн. USD |
| **ВЭД России** | **Оборот** | **Экспорт** | **Импорт** | **Изм. оборота, %** | **Изм. экспорта, %** | **Изм. импорта, %** |
| **ВСЕГО** | 850 542,60 | 591 459,60 | 259 083,00 | 108,10 | 119,90 | 88,30 |
| 01-24-Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного) | 76 998,43 | 41 276,13 | 35 722,30 | 109,99 | 114,77 | 104,94 |
| 25-СОЛЬ; СЕРА; ЗЕМЛИ И КАМЕНЬ; ШТУКАТУРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ИЗВЕСТЬ И ЦЕМЕНТ | 2 107,26 | 1 184,60 | 922,66 | 112,01 | 106,39 | 120,16 |
| 26-РУДЫ, ШЛАК И ЗОЛА | 7 279,11 | 5 518,99 | 1 760,12 | 74,22 | 74,28 | 74,01 |
| 27-ТОПЛИВО МИНЕРАЛЬНОЕ, НЕФТЬ И ПРОДУКТЫ ИХ ПЕРЕГОНКИ; БИТУМИНОЗНЫЕ ВЕЩЕСТВА; | 386 288,02 | 383 730,47 | 2 557,55 | 142,42 | 142,75 | 105,28 |

Причины динамичного роста экспорта услуг включают:

1. Усиление взаимосвязей между различными видами услуг в международной торговле.

2. Переход развитых стран к "информационному обществу", что увеличило потребление услуг.

3. Изменение структуры потребления населения.

4. Рост открытости национальных экономик.

5. Научно-технический прогресс и связанные с ним изменения в международном разделении труда.

Причины отставания торговли услугами от торговли товарами:

1. Большинство услуг предоставляется внутри страны.

2. Развитие торговли услугами требует высоких технологий, которые стали доступны относительно недавно.

3. Либерализация международной торговли услугами отстаёт от либерализации торговли товарами. Достижения ГАТТ и ВТО касались в основном торговли товарами.

Динамичный рост импорта и экспорта услуг является одной из ключевых характеристик современной мировой торговли. Многие специалисты считают, что официальные данные о масштабах международной торговли услугами занижены.

В отраслевой структуре экспорта услуг до начала 80-х годов доминировали транспортные услуги, но в последующие десятилетия их место заняли "прочие частные услуги" и туризм, которые развивались быстрее. К "прочим частным услугам" относятся финансовые, информационные, коммуникационные, консультационные услуги.

Структура экспорта услуг России:

1. Туризм — 42%

2. Транспортные услуги — 33%

3. Прочие частные услуги — 25%

Международный обмен услугами осуществляется преимущественно среди промышленно развитых стран. Лидером по объёмам торговли услугами являются США (16% мирового экспорта и 12,5% мирового импорта в 2003 году).

Национальные экономики специализируются на экспорте услуг в системе международного разделения труда. В развитых странах это, прежде всего, финансовые, телекоммуникационные, информационные, деловые услуги и передовые технологии. Некоторые развивающиеся страны также специализируются на предоставлении туристических (Турция, Египет, Таиланд), транспортных (Египет, Панама) и финансовых услуг (оффшорные центры Карибского моря).

## 2.1 Современные тенденции международной торговли услугами

Можно наблюдать стремительное развитие международной торговли услугами. По оценке Секретариата ВТО, объём мирового рынка услуг в 1998 году превысил три триллиона долларов. Однако статистика международной торговли услугами оценила мировой экспорт услуг в 1,8 триллионов долларов, что связано с несовершенством систем учёта различных способов продажи услуг. По существующим оценкам, к 2020 году мировой экспорт услуг может сравняться с мировым экспортом товаров.

Особенностью современной мировой экономики является ускоренное развитие международной торговли услугами и расширение их роли в экономике всех стран. Существует несколько долгосрочных факторов, определяющих динамику развития сектора услуг.

Одним из главных факторов, изменяющих представление о сфере услуг и её роль в экономике, является научно-технический прогресс. Современные услуги включают наукоёмкие отрасли, использующие новейшие информационные технологии. Глобальные телекоммуникации, транспорт, информационные, банковские и финансово-кредитные услуги, компьютерные услуги, образование, здравоохранение — всё это входит в понятие "услуга". В середине 90-х годов на сферу услуг США приходилось 80% информационной техники, в Великобритании и Японии — около 75%.

В сфере услуг усилилось формирование крупных транснациональных корпораций. В 1997 году из 100 крупнейших ТНК мира, по данным журнала "Форчун", 48 находились в сфере услуг, а 52 — в промышленности.

В 80-х и 90-х годах сектор услуг стал крупным сегментом деловых операций. Производство услуг составляет 55-68% ВВП многих стран мира, и в этой сфере занято 55-70% работающего населения. Доля услуг в международной торговле товарами и услугами превысила 20% их общей стоимости.

Развитие структуры сферы услуг происходит по нескольким направлениям:

1. Появление новых видов услуг, таких как информационные сети, компьютерные услуги, логистика, электронная торговля, крупные транспортные системы.

2. Выделение и обособление многих услуг, ранее носивших вспомогательный характер внутри фирм, в самостоятельные отрасли, такие как реклама, юридические, маркетинговые, бухгалтерские услуги, аудит.

3. Создание крупных интегрированных компаний, предоставляющих "пакет" услуг, что позволяет клиентам использовать одного поставщика для всех необходимых услуг. Этот принцип применяют крупные транспортные компании, которые предлагают услуги "от двери до двери" и "точно в назначенное время".

Эти изменения привели к созданию многофункционального рынка услуг и необходимости разработки системы многостороннего регулирования международной торговли услугами. В середине 80-х годов международный обмен услугами стал предметом комплексных переговоров, а с января 1995 года начала действовать первая в истории ГАТС в составе ВТО.

В международной торговле товары и услуги тесно взаимосвязаны и взаимодействуют. Многие услуги стали самостоятельными секторами международной торговли, независимыми от обмена товарами, такими как банковское дело, международный транспорт, логистика. Однако они всё равно остаются связанными с торговлей товарами. Любая внешнеторговая операция невозможна без использования банковских, телекоммуникационных, транспортных услуг, страхования и обработки информации. Услуги востребованы, поскольку они обслуживают торговлю. Таким образом, международный обмен услугами зависит от темпов роста, структуры и географического распределения товарных потоков. В то же время, развитие международной торговли товарами и услугами определяется глобальными процессами, происходящими в мире.

## 2.2 Проблемы и перспективы международной торговли услугами

Глобализация мировой экономики и научно-техническая революция привлекли внимание к международной торговле услугами. На протяжении длительного времени услуги, такие как гарантийный ремонт, рассматривались как дополнение к традиционной торговле товарами. Однако исследования, проведенные во многих странах в начале 80-х годов, показали растущую независимую роль сектора услуг в экономике, включая телекоммуникации, банковское и страховое дело, туризм, а также его значительный экспортный потенциал.

По оценкам, около 20% мировой торговли и 60% производства связаны с услугами. Однако отсутствие общепризнанных правил в международной торговле услугами привело к разногласиям в национальной нормативной базе, качественной и количественной оценке, а также в статистической отчетности, что затруднило развитие обмена услугами.

Международные экономические организации играют важную роль в регулировании и либерализации международной торговли. Генеральное соглашение о тарифах и торговле (ГАТТ), созданное в 1947 году, было одной из крупнейших таких организаций, объединяя принципы, нормы и правила ведения торговли для своих участников. С 1996 года ГАТТ была заменена Всемирной торговой организацией (ВТО), которая стала основной организацией по регулированию мировой торговли.

Вопреки формальной непрерывности, Всемирная торговая организация демонстрирует ряд различий с ГАТТ.

1. ГАТТ сведены к простому арсеналу правил, включая ограниченные многосторонние соглашения, с единственным органом - секретариатом. В отличие от этого, ВТО функционирует как постоянная организация, оперирующая со всеми членами по их обязательствам.

2. ГАТТ служил временным фундаментом, тогда как обязательства ВТО имеют постоянный и полноценный характер.

3. Под юрисдикцию ГАТТ попадали только товарные сделки. ВТО расширила свою сферу деятельности, охватывая также соглашение о торговле услугами (ГАТС) и сделки по торговым аспектам интеллектуальной собственности (ТРИПС). Организация регулирует международный обмен услугами и интеллектуальной собственностью, а также разрабатывает меры по контролю защиты инвестиций, с ее компетенцией оценивающей товарооборот в 5 трлн. долларов.

Существует несколько задач, которые стоят перед ВТО: поддержка торговли услугами и дальнейшее снижение тарифов на товары, особенно сельскохозяйственные продукты. Создание этой организации также вызвало сильные призывы от многих государств, находящихся на пике своего становления на западе, в пользу интеграции торговых режимов с трудовыми и экологическими стандартами. Эти призывы указывают на то, что страны с более низкими стандартами могут получать конкурентные преимущества за счет низких производственных издержек. В случае, если ВТО признает этот стандарт, первыми пострадают страны в развитии, включая Российскую Федерацию.

Кроме упомянутых "новых проблем", которые уже включены в область компетенции ВТО, в рамках ГАТТ остаются "старые" традиционные проблемы, которые все более настойчиво требуют своего разрешения.

Анализируя процессы в мировой торговле, следует отметить, что либерализация становится ее доминирующим трендом. Происходит значительное снижение уровня таможенных пошлин, отмена многих ограничений, квот и прочего. Иногда либерализация внешней торговли осуществляется односторонне. Например, проводилась внешнеэкономическая либерализация в России. Односторонняя либерализация внешнеторгового режима, фактически, мешала решению задачи повышения конкурентоспособности отечественных производителей на мировом рынке и не способствовала защите от иностранной конкуренции внутри страны. Открытие российского рынка перед международными корпорациями, одностороннее в большинстве случаев, не всегда проводилось обоснованно, и приводило к наплыву импорта, часто низкого качества, не стимулируя формирование рациональной структуры потребления и улучшения материальной базы производства.

Помимо либерализации внешнеэкономического сектора, существует противоположный тренд - сохранение, а иногда и усиление протекционистских мер в торгово-экономических связях различных стран и их экономических блоках. Например, в сферах торговли текстилем, сельскохозяйственной продукцией тарифы остаются высокими, а прогресс в снижении квот на импорт ограничен. Невелики результаты и в уменьшении торговых барьеров в таких областях, как морские перевозки и возможности для иностранцев получения рабочих мест. Например, США все еще взимают пошлину в 14,6 процента на импорт одежды, что в 5 раз выше, чем средний налоговый сбор. Сопротивление уменьшению тарифов особенно сильно в сельском хозяйстве.

Несмотря на то, что средневзвешенная ставка импортного таможенного тарифа развитых стран после переговоров «токийского» раунда составила около 5%, средние показатели далеки от полного отражения реального уровня таможенно-тарифного обложения. В ЕС, Японии и США на ставки таможенного тарифа, превышающие 10%, приходилось соответственно 21,5, 17,1 и 16,0% общего количества тарифных позиций. Основные экспортные товары развивающихся стран, такие как продовольствие, текстиль и одежда, подвергались высоким ставкам тарифов. Важной проблемой была низкая доля «связанных» (т.е. не изменяемых в сторону повышения) тарифов, особенно в отношении сельскохозяйственной продукции у развитых стран и товаров всех категорий у развивающихся стран, что позволяло односторонне повышать уровень таможенного обложения и усложняло доступ на их рынки.

Торговля сельскохозяйственной продукцией долгое время была болезненной темой для ГАТТ. Из-за "особой социальной значимости" или "обеспечения продовольственной безопасности" некоторые страны (США, Швейцария, ЕС, Япония) вывели этот сектор торговли из-под действия правил ГАТТ, что давало им возможность вводить импортные количественные ограничения на сельскохозяйственную продукцию.

Помимо открытого протекционизма, некоторые страны используют скрытые формы протекционизма. Многие государства, снижая таможенные пошлины, компенсируют их нетарифными барьерами, такими как дотации национальному производству и введение стандартов и норм для сертификации товаров. Например, американские экспортеры часто сталкиваются с антиконкурентным поведением японских компаний, которые заключают эксклюзивные соглашения на поставки и монополизируют определенные рынки. В свою очередь, многие экономисты выступают за либерализацию международной торговли и связывают ее с понятиями "добросовестной" и "справедливой" торговли.

## СПЕЦИФИЧНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Услуги, как правило, оказываются одновременно, в отличие от товаров. Это приводит к тому, что многие виды услуг основаны на непосредственных контактах между потребителями и поставщиками. Международная торговля услугами требует наличия за рубежом либо поставщиков услуг, либо иностранных потребителей на местах предоставления услуг. Однако распространение информационных технологий делает возможным осуществление торговли услугами на расстоянии:

1. Международная торговля товарами и услугами имеет тесную взаимосвязь, при этом торговля услугами оказывает значительное влияние на торговлю товарами. Для доставки товаров за границу все чаще используются услуги, особенно те, которые требуют больших объемов информационной, технической и консультационной поддержки. Качество и количество услуг, их реализация, обслуживание и гарантийное обслуживание - это факторы, которые определяют степень успеха торговли.

2. Сектор услуг, в большей степени, под защитой государства от зарубежной конкуренции по сравнению со сферой материального производства. Многие государства владеют или контролируют важные отрасли, такие как транспорт, связь, страхование, финансы, образование, здравоохранение. Это связано с опасениями, что импорт может угрожать безопасности, суверенитету и благосостоянию страны. Из-за этого международной торговле услугами приходится преодолевать больше барьеров, чем торговле товарами.

3. Не все виды услуг могут быть широко востребованы на международном рынке.

4. Услуги, связанные с обслуживанием труда, играют ключевую роль в международной торговле услугами.

Услуги могут быть классифицированы в зависимости от средств доставки потребителю: те, которые связаны как с торговлей, так и с инвестициями; те, которые связаны только с инвестициями; те, которые связаны только с торговлей. Они также могут быть разделены по возможности участия в международном обмене: те, которые не могут быть экспортированы, и те, которые подлежат внешней торговле.

Так же стоит обратить внимание на следующие специфичные аспекты международной торговли услугами:

1. Невидимость товаров: в отличие от торговли товарами, услуги часто невидимы и не могут быть физически измерены или проверены перед их предоставлением. Это создает особые вызовы в оценке качества и выполнении условий сделок.

2. Регулирование и стандартизация: Многие услуги подвержены различным национальным и международным стандартам, а также требованиям к лицензированию. Это требует дополнительных усилий для согласования между различными юрисдикциями.

3. Роль человеческого фактора: Многие услуги зависят от навыков и опыта конкретных людей, что может создавать сложности при переносе этих услуг через границы из-за культурных и языковых различий.

4. Цифровая трансформация: Развитие цифровых технологий приводит к росту удаленного предоставления услуг, что меняет динамику международной торговли услугами и требует новых подходов к регулированию и защите данных.

5. Участие человеческого капитала: Международная торговля услугами часто связана с перемещением специалистов и экспертов, что создает потребность в мобильности рабочей силы и вопросах иммиграции.

Эти специфичные аспекты международной торговли услугами требуют уникальных стратегий регулирования, сотрудничества между странами и развития новых подходов к торговле услугами в глобальном масштабе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обмен услугами занимает важное и растущее место в международной торговле. Сфера услуг стала самостоятельным сектором в экономике многих стран. В последние годы наблюдается тенденция повышения роли услуг, причем рост сферы услуг опережает рост материального производства. Так, эффективно действующий сектор сферы услуг является решающим для экономики в целом. В число услуг входят все виды транспортной деятельности, служба передачи информации, туризм, строительство, образование, медицина, финансовая и банковская деятельность и многое другое. Отличием международной торговли услугами от международной торговли товарами является разнохарактерность, неоднородность и многоплановость различных видов услуг; сложность унифицированного подхода к регулированию их ввоза и вывоза, к применению в отношении торговли услугами общепринятых норм международной торговли

В работе рассмотрено понятие международной торговли услугами, отличие услуг от товаров, способы осуществления международной торговли. Так, термин «международная торговля услугами» охватывает международный обмен многими видами услуг, каждая из которых обладает конкретными особенностями. Отличием международной торговли услугами от международной торговли товарами является разнохарактерность, неоднородность и многоплановость различных видов услуг.

Одними из важнейших закономерностей развития экономики во всем мире является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике, а также опережающий рост сферы услуг в сравнении с материальным производством и расширение ее хозяйственных позиций. Это находит выражение в увеличении доли трудовых, материальных, финансовых ресурсов, используемых в сфере услуг.

Проведенный в работе анализ текущей динамики и отраслевой структуры международной торговли услугами свидетельствует о том, что услуги сегодня – это наукоемкие отрасли хозяйства, использующие новейшие информационные технологии. Если в прошлом ведущие позиции в структуре сферы услуг в развитых странах занимали торговые, бытовые, рекреационные и ряд других услуг, то сегодня на центральное место выдвинулась группа наукоемких видов услуг, обеспечивающих качество экономического роста, социальную стабильность и гуманизацию экономической жизни: деловые и профессиональные услуг, телекоммуникации, а также образование, здравоохранение, культура.

В работе показано, что сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики: они составляют 60% мирового объема производства, 30% мировой занятости и почти 20% мировой торговли. На мировом рынке услуг доминируют восемь ведущих стран, на которые приходится 2/3 мирового экспорта услуг и более 50% импорта: США, Франция, Великобритания, Нидерланды (крупнейшие экспортеры услуг), а также Германия, Япония, Италия, Испания (крупнейшие импортеры услуг).

Сфера услуг имеет одинаково огромное значение как для развивающихся, так и для промышленно развитых стран. В связи с этим в рамках ГАТС ведутся переговоры по дальнейшей либерализации торговли услугами.

Что же касается России, то ее позиция на мировом рынке услуг в настоящее время не очень устойчива: она входит в тридцатку стран – экспортеров услуг, но продолжает оставаться нетто-импортером услуг. Доля России составляет приблизительно около 1% объема мировой торговли услугами. На российском рынке услуг крайне мало развитых секторов, большая часть отраслей производства услуг находится в процессе формирования. Стоит отметить, что потенциал российского рынка услуг достаточно велик и перспективен. Особенно это касается таких видов услуг, как транспорт, туризм, телекоммуникационные услуги, аудит и консалтинговые услуги, реклама, лизинг и другие. Российские компании в этих отраслях обладают большим интеллектуальным потенциалом, квалифицированной рабочей силой. Однако их конкурентоспособность невелика. В качестве конкурентоспособных услуг можно назвать услуги, связанные с наиболее передовыми в научно-техническом отношении областями, например, компьютерные услуги, услуги космических запусков и т.д.

Таким образом, в настоящее время одна из главных задач в области регулирования внешней торговли услугами заключается в создании разумной протекционистской системы, которая, сохранив конкурентную среду на рынке услуг, позволила бы российским поставщикам услуг достичь в течение нескольких лет достаточной степени зрелости и тем самым расширить предложения отечественных услуг на мировом рынке.

На основе всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что международная торговля услугами оказывает все более существенное влияние на развитие национальной экономики и мирового хозяйства в целом. Ввиду этого необходимо более тщательное, детальное изучение самих услуг и их влияния на развитие всей страны в целом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин E.Ф., Международные экономические отношения. - М.: Книга, 2003.
2. Акопова Е.С., Воронова О.Н., Мировая экономика и экономические отношения. - Ростов-Н-Д.: Учеб. пособ.,2000
3. Бабинцева Н.С., Международные экономические отношения: проблемы и тенденции развития. - С.-Петербург.: Учебное пособие, 2002 г.
4. Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н., Международные экономические отношения. - М.: Книга, 2003.
5. Гаврилова Г.В., Международная экономика. - М.: Университетская книга, 2002 .
6. Дюмулен И.И.«Международная торговля услугами». - М.: Учебное пособие, 2009.
7. Дюмулен И.И.«Торгово-политическая система ГАТТ: принципы, правовые нормы и правила», Внешняя торговля. - М.: Книга, 2008.
8. Киреев А.Л., Международная экономика. - М.: Книга, 2002.
9. Логвинова И.Л., Мировая экономика. - М.: МЭСИ, 2002.
10. Международные экономические отношения под ред. В.Е. Рыбалкина. - М.: Книга, 2003.
11. Международные экономические отношения под ред. Фоминского И.П., М., Учеб. пособ., 2001.
12. Нухович Э.С., Смитиенко Б.М., Мировая экономика на рубеже ХХ-ХХl вв. - М.: Учеб. пособ., 2003.
13. Полуэктов А. Многосторонняя система ГАТТ: до и после «уругвайского» раунда», Внешняя торговля. - М.: Учеб. пособ., 2004.
14. Алексеев И.С. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009.
15. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В. К. Поспелова, С. В. Карпова. – М.: Академия, 2007.
16. Волков Г.Ю., Солодков Г.П. Международная торговля. – М.: Высшее образование, 2008.
17. Гагаринов В.И. Россия в международной торговле. – М.: АСА, 2007.
18. Дегтярева О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дело, Академия народного хозяйства, 2008.
19. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009.
20. Романеева Е.В., Титова А.А. Анализ современного состояния и перспектив международной торговли услугами как показателя конкурентоспособности услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2008. - № 3. - С. 233-244.
21. Руднева А.О. Международная торговля и мировые товарные рынки. – М.: Восток-Запад, 2009.
22. Седов К. С. Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. – М.: Экономика, 2006.
23. Сидорова Е.Ю. Международная торговля. Курс лекций. – М.: Экзамен, 2006.
24. Симионов Ю. Ф., Лыкова О. А. Международная экономика и международные экономические отношения. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.