

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ



Услуги

- Услуга *в общем виде* – разнообразные виды деятельности, не имеющие материального носителя в явном виде.
- Услуга – это предмет труда человека, также направленный на удовлетворение общественной потребности, произведенный для обмена, но принимающий форму невидимого, неосязаемого продукта.

Отличия услуг от товаров в материальной форме:

- они неосвязаемы и невидимы;
- не поддаются хранению;
- производство и потребление услуг, как правило, совпадает по времени и месту.

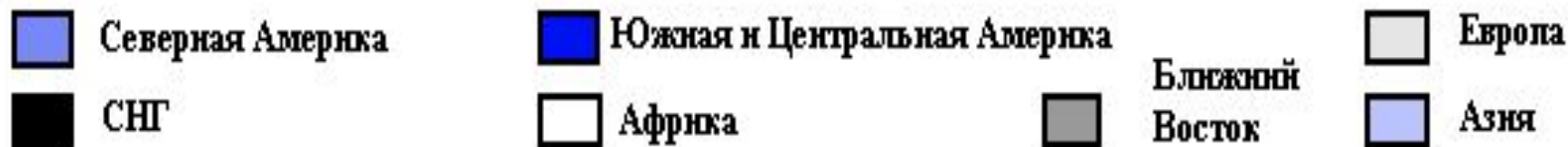
Особенности международной торговли услугами

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

Виды деятельности на рынке услуг

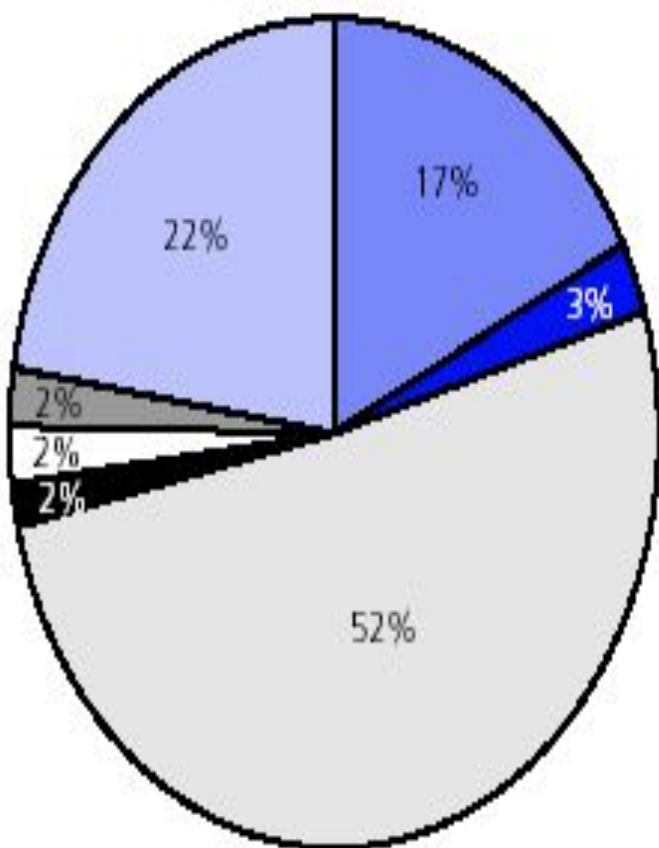
- ✓ услуги, связанные с внешней торговлей, которые включают дополнительные издержки по товарам, морскому и другому транспорту и страхованию;
- ✓ услуги, связанные с обменом технологией, в число которых можно включить капитальное строительство, техническое сотрудничество, управленческие услуги;
- ✓ путешествия, в которые входят поступления и доходы по туризму и деловым поездкам;
- ✓ банковские расходы, лизинг, платежи, связанные с доходами на капитал;
- ✓ заработная плата и другие трудовые доходы (сюда относятся заработная плата, выплачиваемая иностранным рабочим, а также вознаграждения и социальные пособия).

Доли регионов мира в мировой торговле услугами, %.

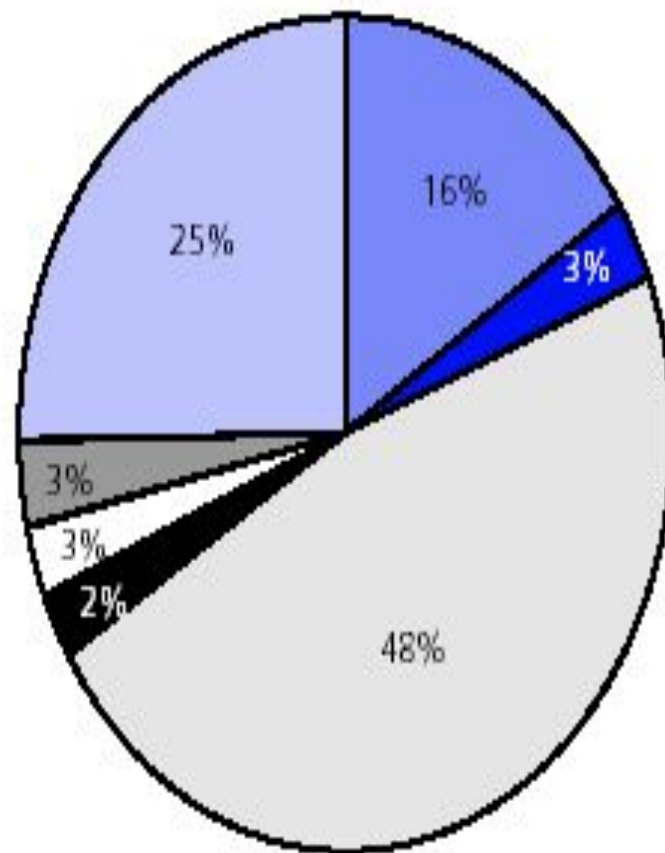


Коммерческие услуги

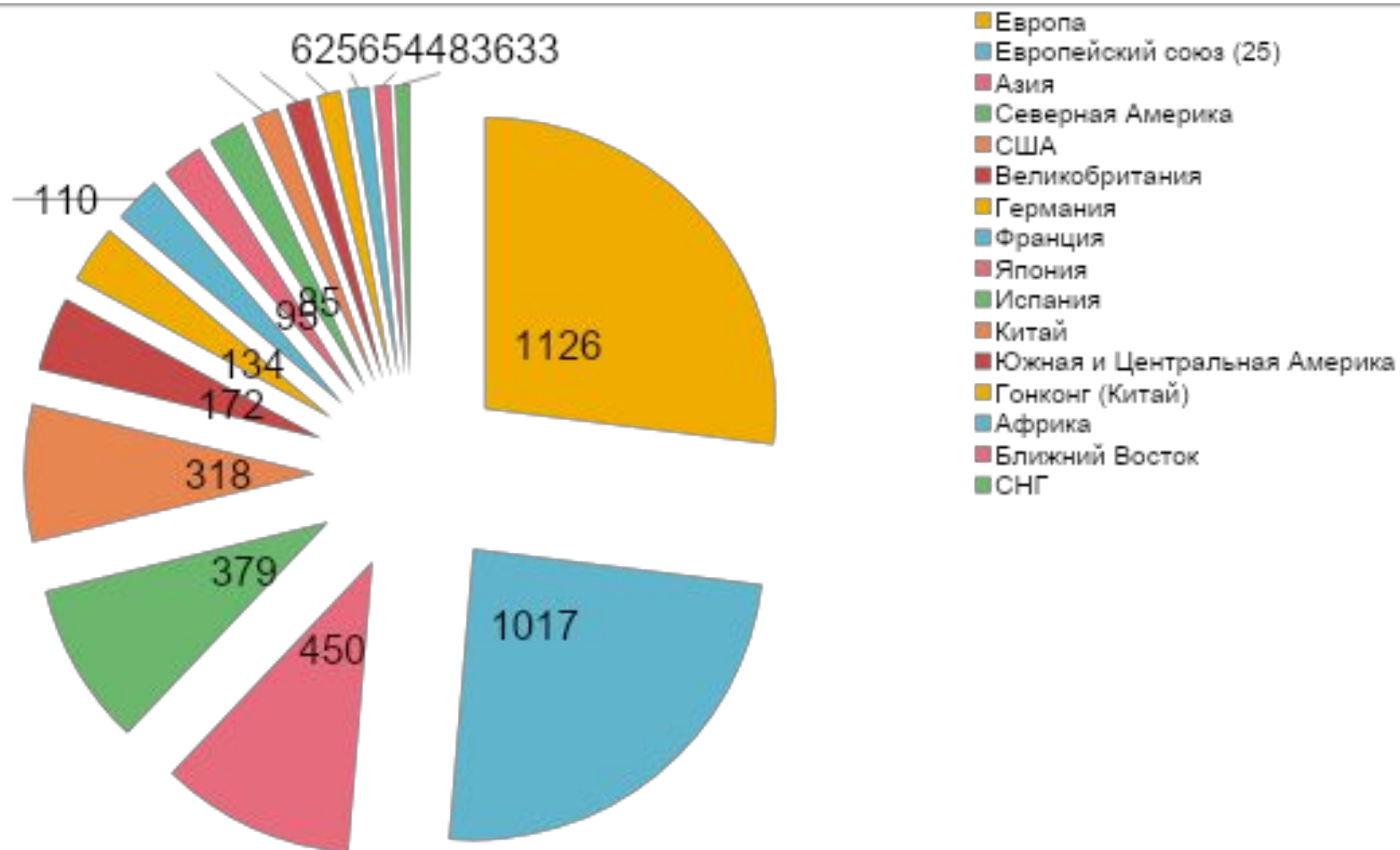
Экспорт



Импорт



Мировой экспорт услуг по регионам и группе стран, 2010 г.(млрд. долл. и %)



Транспортные услуги

- Наибольшее значение в мировой торговле услугами имеют туризм и транспорт. Самый большой в мире торговый флот принадлежит Японии, на рынке грузовых и пассажирских транспортных услуг доминируют США.

Ведущие экспортеры транспортных услуг, 2009г. (млрд. долл. и %)

Показатели	Стоимостной объем 2009 г.	доля в мировом экспорте/импорте 2000 г.	доля в мировом экспорте/ импорте 2009 г.
ЭКСПОРТЕРЫ			
США	56,0	14,5	11,2
Германия	33,2	5,7	6,6
Япония	32,1	7,4	6,4
Великобритания	27,1	5,5	5,4
Франция	25,6	5,3	5,1
Нидерланды	23,8	4,8	4,7
Южная Корея	22,4	3,9	4,5
Дания	21,7	4,1	4,3
Гонконг (Китай)	17,2	3,7	3,4
Греция	16,6	2,3	3,3

Ведущие импортеры транспортных услуг, 2009 г. (млрд. долл. и %)

Показатели	Стоимостной объем 2009 г.	доля в мировом экспорте/импорте 2000 г.	доля в мировом экспорте/ импорте 2009 г.
ИМПОРТЕРЫ			
США	77,5	15,7	13,1
Япония	42,7	8,4	7,2
Германия	40,4	6,1	6,8
Великобритания	32,9	5,8	5,6
Франция	26,2	4,3	4,4
Китай	24,5	2,5	4,2
Италия	19,4	3,1	3,3
Южная Корея	17,9	2,6	3,0
Нидерланды	17,1	3,1	2,9
Дания	16,9	2,6	2,9

Услуги составляют шесть групп (4—9 категории официальной классификации товаров международной торговли):

- **коммунальные услуги и строительство;**
- **оптовая и розничная торговля, рестораны и гостиницы, туристские базы и кемпинги;**
- **транспортировка (поездки), хранение и связь, финансовое посредничество;**
- **оборона и обязательные социальные услуги;**
- **образование, здравоохранение и общественные работы;**
- **прочие коммунальные, социальные и личные.**

В особый вид услуг, вовлекаемых в международный обмен, все больше выделяются информационные и консалтинговые услуги.

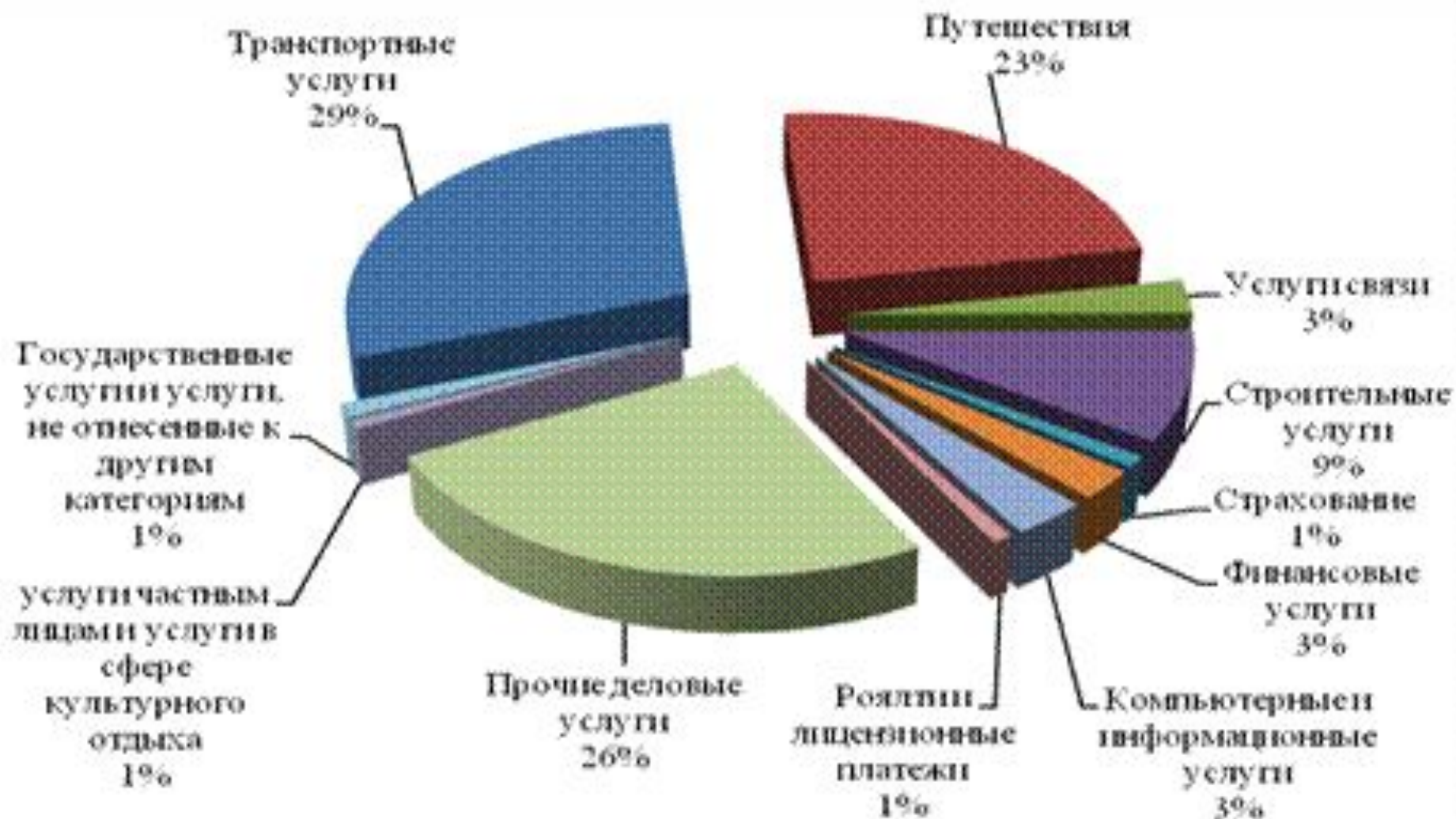
Торговля услугами в РФ

По статистическим данным Всемирной торговой организации (ВТО) удельный вес экспорта российских услуг в 2009 г. составлял 3,2% объема ВВП и 9,7% совокупного объема экспорта товаров и услуг. Для сравнения, в Германии экспорт услуг формирует 6,6% ВВП и 13,9% экспорта товаров и услуг, Франции – 5,7% ВВП и 21,3% экспорта товаров и услуг, Великобритании – 10,8% ВВП и 37,9% экспорта товаров и услуг, США – 3,6% ВВП и 28,8% экспорта товаров и услуг

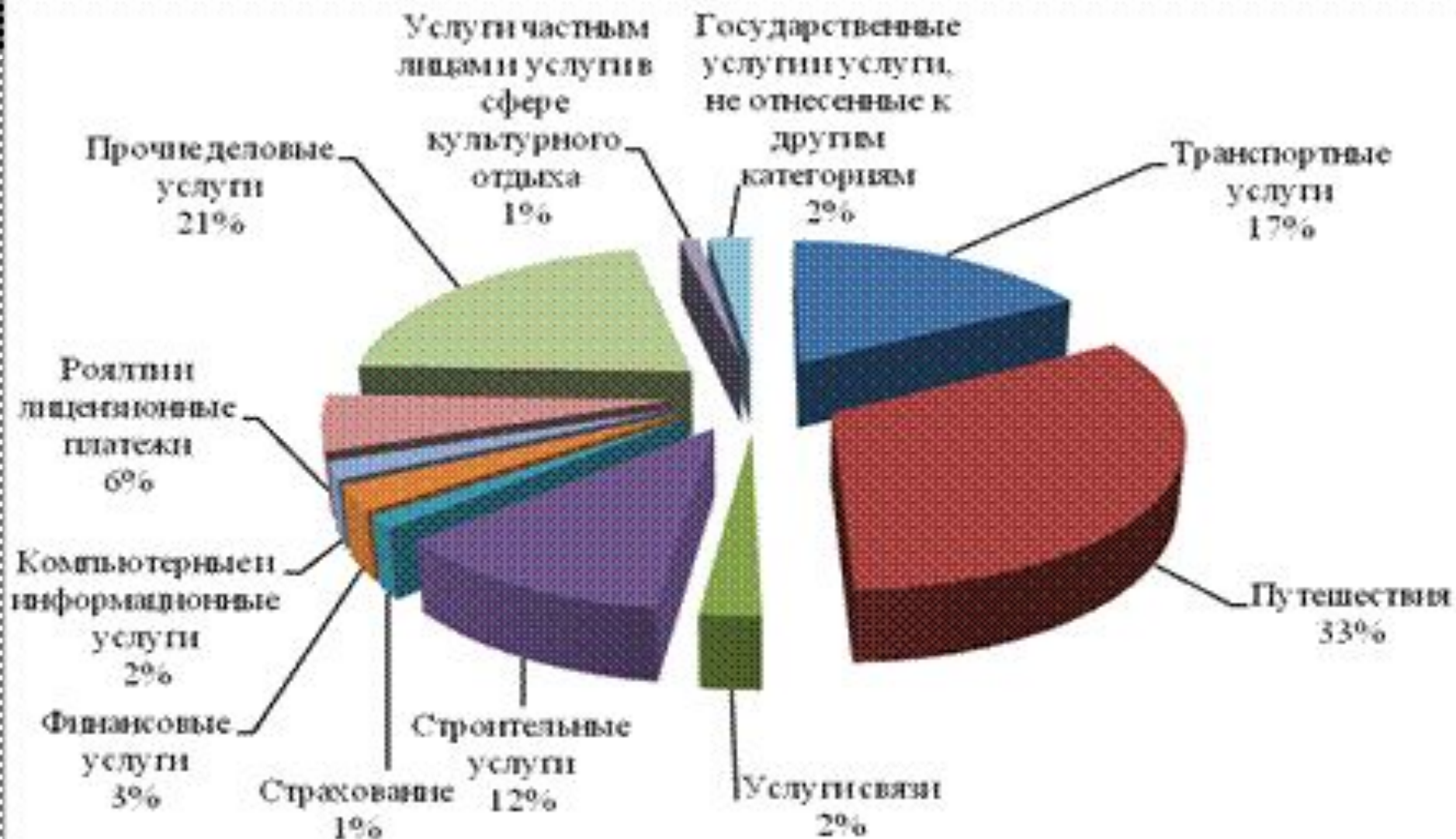
Для роста мирового рынка услуг необходимо:

- расширять связи между отдельными государствами и группами стран;
- увеличивать число деловых контрактов;
- улучшать культурный обмен странами и народами, желающими лучше понять друг друга;
- повышать жизненный уровень народов отдельных стран;
- совершенствовать транспортную сеть и туристические системы.

Структура экспорта международных торговли услугами РФ в 2008 г



Структура импорта международной торговли услугами РФ в 2010 г.



Динамика международной торговли услугами РФ в период с 2000 по 2008 гг., млн долл США

