

*Выполнила: студентка 4-го
курса ФТД группы Т083
Восколович Юля*

Понятие мировой торговли услугами и ее значение

УСЛУГИ



экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий, объединений, организаций, общественные потребности или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме

Экономический рост

Повышение роли услуг в национальной экономике

трудовые

материальные

финансовые



Специфика международной торговли услугами:

неосвязаемость

невидимость

неразрывность
производства и
потребления

неоднородность
и
изменчивость
качества

неспособность
услуг к
хранению

*невидимый экспорт
или импорт*



задачи классификации услуг

развитие и совершенствование стандартизации услуг

осуществление сертификации услуг с целью обеспечения безопасности жизни, здоровья потребителя и охраны окружающей среды

предотвращение причинения вреда имуществу потребителей

учет и прогнозирование реализации услуг

гармонизация национальной классификации услуг с международными классификациями

изучение спроса на услуги

**услуги,
направленные на
человека**

**услуги,
направленные на
сознание
человека**

**услуги,
направленные на
физические
объекты**

**услуги,
направленные на
нематериальные
активы**

классификация услуг



По видам

По ценам

По группам

По качеству

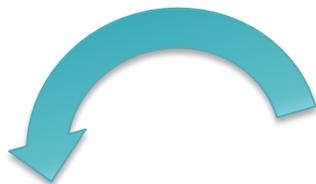
1) производственные: к ним относят лизинг, инжиниринг, ремонт и обслуживание оборудования

2) распределительные услуги: это связь, торговля, транспорт

3) профессиональные услуги: страховые, банковские, финансовые, рекламные, консультационные

4) потребительские или массовые услуги: они связаны с времяпрепровождением и домашним хозяйством

5) общественные: радио, телевидение, культура, образование



**Официально принята
странами-участницами
дипломатической
конференции в Нише**

НАУЧНОЕ ЗНАНИЕ

**международная
классификация
товаров**

15 июня
1957 г.

45 классов

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ
ФОРМЫ
НАКОПЛЕНИЯ

1- 34 это товары

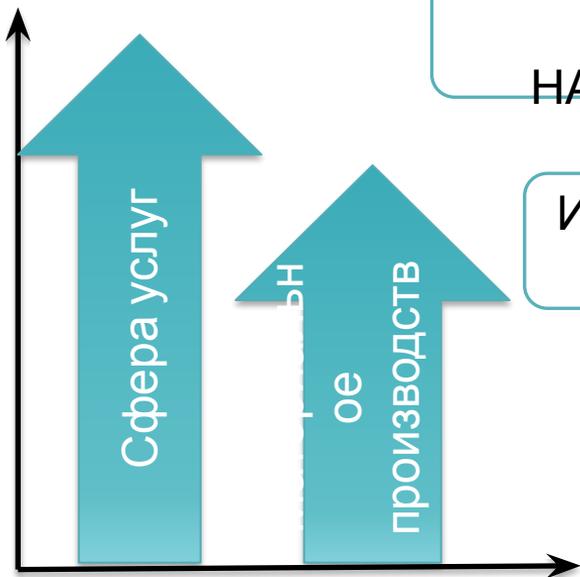
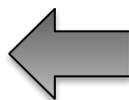
35-45 — услуги

ИНФОРМАЦИОННЫ
Е ТЕХНОЛОГИИ

Сфера услуг

производств

закономерностей
общественного развития





Участие ведущих стран в мировом экспорте услуг, %:

США – 18,1

Великобритания – 7,7

Франция – 6,1

Германия – 5,9

Италия – 5,4

Япония – 4,7

ЭКОНОМИКА

ТОРГОВЛЯ
УСЛУГАМИ

**удельный вес
торговли
услугами в ВВП**

СТРАНЫ

Роль услуг в
экономике стран



доля экспорта

~~товаров~~

доля экспорта услуг

в ВВП стран

*список отраслей услуг, по
которым страны выражают
согласие с либеральным
режимом доступа на
национальный рынок для
зарубежных партнеров*



Самые
«открытые»



ТУРИЗМ

Деловые

услуги

Финансовые

услуги



Динамика и структура мировой торговли услугами

Показатели	2000 г.	2002 г.	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2010 г.
ВВП	3,0	2,0	2,7	2,1	2,6	2,9
Экспорт товаров	4,7	0,1	11,4	19,7	2,6	2,0
Экспорт услуг	5,4	2,5	20,8	13,5	5,0	1,9

Рис. 1. Годовые темпы роста мировых показателей ВВП, экспорта товаров и услуг, %

Доля затрат на услуги в
сумме
потребительских
расходов



в США - 51 до
59%

во Франции – с 38
до 47%

Великобритании –
с 39 до 48%

Японии – с 51 до
58%

*Региональная структура
международной торговли услугами в
2000 и 2010 гг.*

Регионы	2000 г.		2010 г.	
	экспор т	импорт	экспор т	импорт
Мировая торговля	100	100	100	100
Северная Америка	11,9	9,8	19,7	14,3
Латинская Америка	4,6	6,9	3,8	5,1
Азия	13,0	17,3	22,7	27,5
Западная Европа	56,0	49,6	45,6	43,0
Центральная и Восточная Европа	2,5	2,5	3,1	3,6
Африка	3,1	6,7	2,1	3,0
Прочие	8,9	7,2	3,0	3,5

Страна	Доля в мировом экспорте услуг			Доля в мировом импорте услуг		
	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.
США	10,1	17,0	17,5	8,4	11,8	11,6
Франция	10,8	9,3	6,1	8,4	7,1	4,8
Германия	7,5	6,8	5,7	11,9	9,8	9,3
Великобритани я	8,5	6,7	6,5	6,2	5,3	5,3
Япония	4,7	5,1	5,2	8,1	10,5	9,4
Италия	5,1	6,1	5,5	4,1	6,0	5,4
Нидерланды	4,4	3,8	3,7	4,4	3,5	3,4
Всего	51,1	54,8	50,2	51,5	54,0	49,2

Рис.2. Ведущие страны в мировой торговле услугами в 2000 – 2010 гг, %

новые индустриальные страны:

1 *Республика Корея, Гонконг, Сингапур, о. Тайвань, Китай, Таиланд* активно выступают на мировом рынке услуг, увеличив на протяжении двух последних десятилетий ее объемы более чем в 6 раз

2 страны, для которых производство услуг является главным направлением развития экономики. Как правило, это *островные или малые государства*.

Для них характерна ярко выраженная специализация на туристических, финансовых либо транспортных услугах

3 наименее развитые страны, являющимися экспортерами на мировой рынок преимущественно сырья (*Ангола, Гана, Ливия, Иран* и т.д.). Для них торговля услугами во внешней торговле составляет менее 10%.

