


Об особенностях финансовой поддержки экспорта услуг



Подготовил
Ивантей М.
группа Т-093

- 
- Сфера услуг включает в себя большое количество различных форм деятельности, таких как перевозка товаров или услуг, финансовое посредничество, телекоммуникационные услуги, туристические, образовательные, медицинские, строительные и даже услуги в сфере культуры.

Каждый из этих секторов занимает значительную долю в национальном доходе каждого государства. При этом их доля в валовом национальном продукте (ВНП) постепенно растёт. По оценке Международного торгового центра ООН даже в развивающихся странах услуги формируют около трети ВНП, а в развитых еще больше – около 50%.

- В 2009 году экспорт услуг достиг по оценке 3,2 трлн долл., при этом наибольшую часть в мировой торговле услугами составляют поездки, на которые приходится около 25% торговли.



Прочими крупными составляющими частями являются транспортные услуги (23%), прочие деловые услуги (19%) и финансовые услуги (9%). На долю компьютерных и информационных услуг (ИКТ) приходится около 5% торговли, или около 105 млрд долл

- Основным препятствием для развития экспортно-ориентированного сектора услуг является то, что банки готовы оказывать финансовую помощь преимущественно крупным и зарекомендовавшим себя компаниям, в то время как основной объём услуг оказывается небольшими компаниями. Так, по данным Всемирного Банка, 4 для крупных компаний банки занимают около 22% в структуре их заёмного капитала, в то время как для небольших – только 5%

Кроме того, предоставление кредитов таким компаниям связано с рядом объективных опасностей и сложностей.



- **Во-первых,** банкам труднее оценить кредитоспособность таких заёмщиков из-за недостаточности информации о них на рынке.
- **Во-вторых,** прибыльность таких операций для банков недостаточно высока, что связано с высокими рисками и небольшими объёмами займов.
- **В-третьих,** жизнеспособность компаний очень сильно зависит от конъюнктуры рынков, а у компаний отсутствует какой-либо существенный страховочный капитал (обеспечение) в виде складских запасов или оборудования. Единственное, что могут предложить компании в виде обеспечения по своим кредитам – это их дебиторская задолженность.

- В целом можно выделить ряд механизмов, которые могут быть задействованы для оказания поддержки экспортёрам услуг. Основной формой финансовой поддержки экспорта услуг является привлечение экспортных кредитов в том финансовом учреждении, с которым компания уже работает

В этом случае банк будет уже знаком с финансовым положением компании и ее кредитной историей. Обеспечением по кредиту в данном случае выступает дебиторская задолженность компании – т.е. ее будущие денежные поступления.

Это является традиционной формой финансирования как экспорта товаров, так и услуг. Примером такой схемы является финансирование с 2005 года средних и малых предприятий (СМП) в Сингапуре – SME ACCESS 5, которое осуществляется Сингапурским советом по развитию торговли совместно с банком DBS Bank.

Мировой экспорт услуг в 2003-2009 гг., млн долл.

Мировой экспорт услуг в 2003-2009 гг., млн долл.							
Вид товара/ услуги	2003	2004	2005	2006	2007	2008 (прогноз*)	2009 (прогноз**)
Все услуги	1 906 902	2 298 576	2 559 980	2 838 766	3 319 690	3 708 953	3 226 789
Поездки	538 600	641 800	689 500	753 900	862 300	947 407	824 245
Транспорт	408 600	509 300	575 600	627 100	742 100	836 171	727 469
Прочие деловые услуги	445 545	524 828	603 777	658 399	665 339	720 898	627 181
Финансовые услуги	107 939	135 724	161 886	211 623	252 255	298 932	260 071
Роялти и лицензионные платежи	99 737	144 204	144 051	152 583	159 861	175 679	152 841
Компьютерные и информационные услуги	73 961	95 128	108 209	130 787	110 852	120 196	104 571
Страховые услуги	53 751	55 124	50 533	60 789	69 474	73 133	63 626
Услуги связи	40 874	49 438	58 487	69 650	68 840	76 405	66 472
Строительные услуги	35 788	42 638	49 685	56 195	68 247	77 652	67 557
Государственные услуги	53 153	59 542	63 507	63 263	59 944	61 403	53 421
Услуги в сфере культуры и отдыха	27 412	29 969	29 871	34 820	37 710	40 194	34 969
Прочие виды услуг	21 542	10 880	24 875	19 656	222 766	280 882	244 367
Справочно: Экспорт товаров	7 453 649	9 077 442	10 357 973	12 041 531	13 824 158	15 579 939	13 554 547

Источник: Trade map (Trade Statistics for International Business Development), ITC, www.trademap.org

* - по оценке автора

** - с учётом оценки IMF о снижении мировой торговли в 2009 г. на 13%, World Economic Outlook 2009

Российский экспорт услуг в 2003-2009 гг., млн долл.

Вид товара/услуги	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (оценка*)
<i>Все услуги</i>	<i>16 229</i>	<i>20 502</i>	<i>24 970</i>	<i>31 102</i>	<i>39 416</i>	<i>51 306</i>	<i>38 074</i>
Транспорт	6 119	7 792	9 113	10 081	11 829	15 024	11 260
Прочие деловые услуги	3 177	3 940	5 309	7 174	9 624	13 122	10 230
Поездки	4 502	5 530	5 870	7 628	9 607	11 944	8 343
Строительные услуги	1 050	1 577	2 209	3 050	3 450	4 806	3 110
Компьютерные и информационные услуги	175	256	422	632	1 097	1 644	1 275
Услуги связи	443	471	658	803	1 272	1 493	1 152
Финансовые услуги	176	270	390	589	1 174	1 320	1 135
Роялти и лицензионные платежи	174	227	260	299	396	453	428
Страховые услуги	148	242	323	377	379	500	424
Государственные услуги	140	126	230	237	297	612	424
Услуги в сфере культуры и отдыха	125	71	187	232	291	389	292
<i>Справочно: Экспорт товаров</i>	<i>135 929</i>	<i>183 207</i>	<i>243 798</i>	<i>303 550</i>	<i>354 401</i>	<i>471 603</i>	<i>277 562</i>

Источник: Центральный банк Российской Федерации, www.cbr.ru

* - сделана автором

- С 2003 года Россия постепенно укрепляла свои позиции на мировом рынке услуг. Однако в настоящее время, несмотря на достаточный рост, доля страны в мировом экспорте услуг составляет только 1,2%. Предполагается, что в долгосрочной перспективе Россия будет занимать всё большую долю на этом рынке.

Данный подход нашёл отражение среди основных приоритетов развития внешнеэкономической деятельности в России, закреплённых в долгосрочном концептуальном документе

-
Основных направлениях внешнеэкономической политики Российской Федерации до 2020 года.



- При рассмотрении вопроса о стимулировании экспорта транспортных услуг или ИКТ необходимо принимать во внимание тот факт, что данные виды услуг оказываются большим количеством не очень крупных компаний. В данной ситуации становится логичным применение таких инструментов поддержки, которые ориентированы прежде всего на средние и малые предприятия.

Очевидно, что в этом случае потребуется активизация работы по всем направлениям: информационная и промоционная поддержка, льготное финансирование (все формы) в меньших объёмах, но для большего количества компаний, совершенствование рыночной инфраструктуры.

Таким образом, для достижения поставленных задач целесообразно разрабатывать специальные программы поддержки, ориентированные на определённый круг российских экспортёров.