

---

# **Услуги как товар в международной торговле**

**Хорева Любовь Викторовна**

# ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ УСЛУГИ

В обиходе понятие «услуга» употребляется в самом широком смысле; под ней понимается действие, приносящее пользу (помощь) какому-либо субъекту.

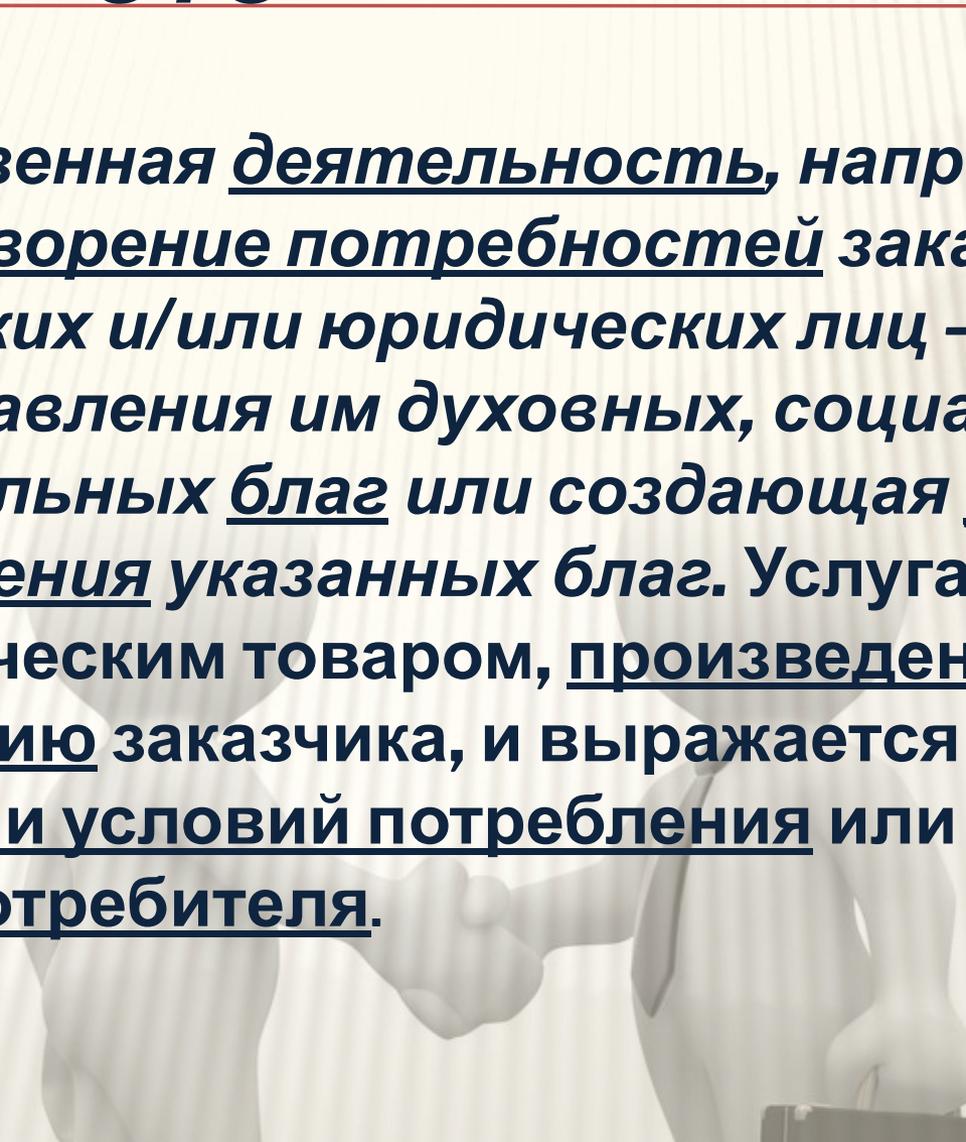
Что касается научной трактовки этой категории, то в основном различные точки зрения относительно понятия «услуга» заключаются в рассмотрении ее либо в качестве **результата** соответствующей трудовой деятельности, либо в качестве непосредственно **самой деятельности**



# УСЛУГА – ЭТО

---

*хозяйственная деятельность, направленная на удовлетворение потребностей заказчиков – физических и/или юридических лиц – путем предоставления им духовных, социальных, материальных благ или создающая условия для потребления указанных благ. Услуга является специфическим товаром, произведенным по требованию заказчика, и выражается в изменении условий потребления или изменении самого потребителя.*



## ***В КАЧЕСТВЕ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ ВЫСТУПАЮТ:***

---

- организации, полностью ориентированные на оказание услуг;
- организации, имеющие в целом иное функциональное назначение;
- индивидуальные производители услуг.



# **УСЛУГА КАК СПЕЦИФИЧЕСКИЙ ВИД ТОВАРА**

---

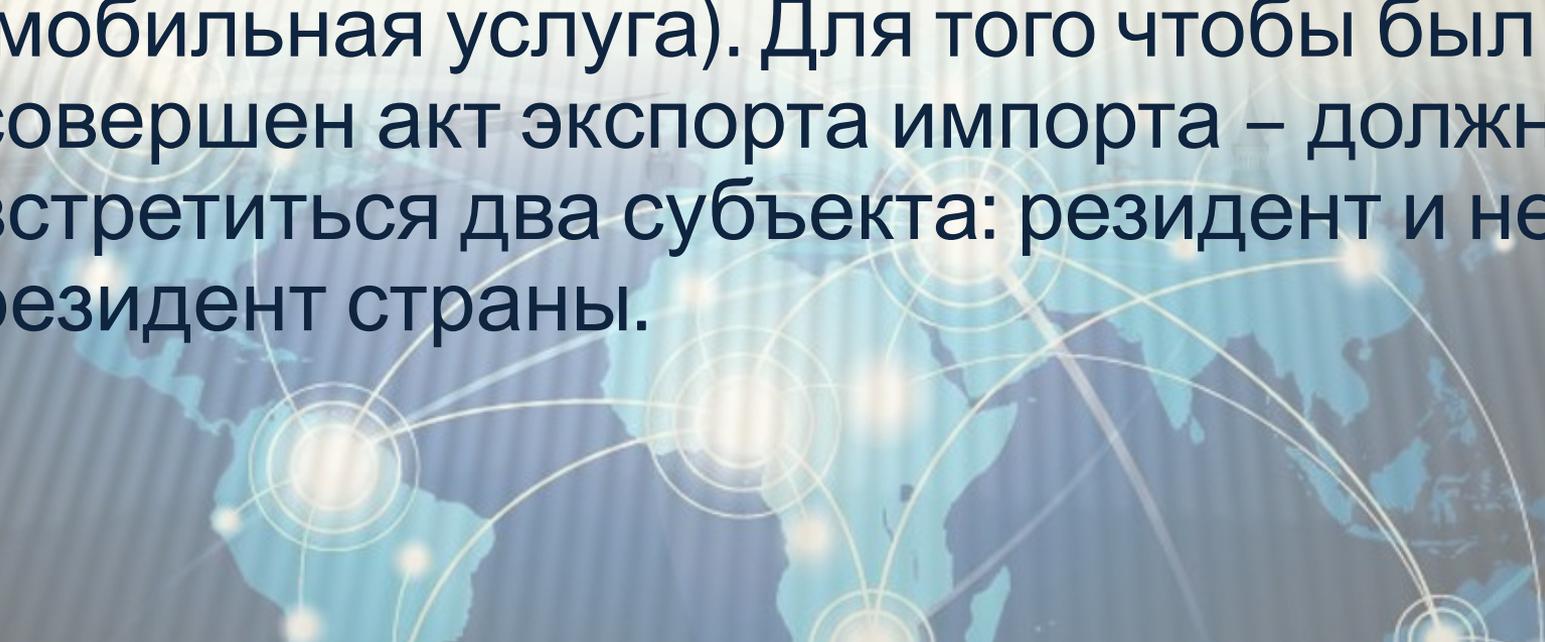
## **Свойства услуги**

- **Неосвязаемость**
  - **Неразрывность производства и потребления услуги**
  - **Непостоянство качества**
  - **Несохраняемость**
  - **Не перемещается через границу**
- 
- A faint, semi-transparent background image of two white 3D figures shaking hands. The figure on the right is wearing a tie and holding a briefcase.

# **УСЛУГА НЕ ПЕРЕМЕЩАЕТСЯ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ**

---

как правило – происходит перемещение **производителя или потребителя**, но есть и мобильные услуги, но большинство их появилось при новых средствах связи (мобильная услуга). Для того чтобы был совершен акт экспорта импорта – должны встретиться два субъекта: резидент и не резидент страны.



# ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ УСЛУГ 1

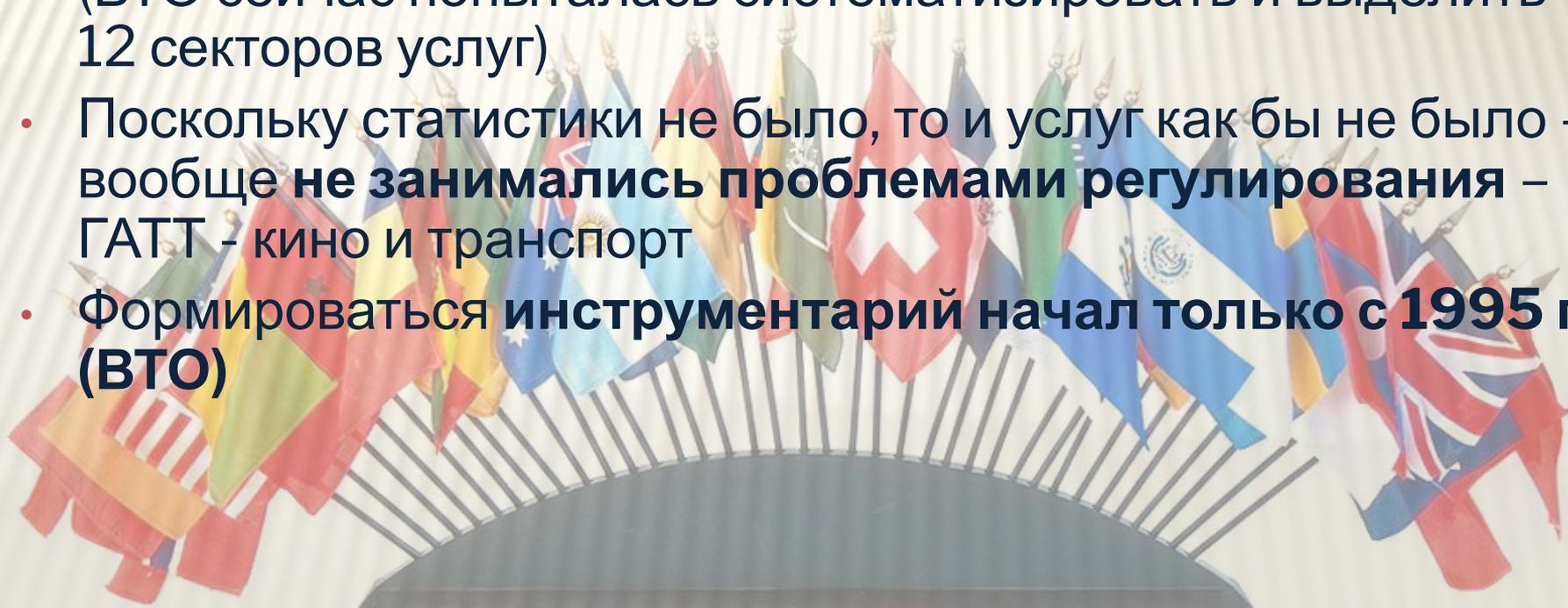
---

- Услуги очень долго (практически до последней трети 20 века) **не учитывались как отдельный товар**, а рассматривались как часть товарного экспорта (услуга как часть товара)
- В это же время начинается **бурный рост сферы услуг**
- **Статистический учет услуг очень запутан**, в ряде случаев он вообще не ведется (трудно учесть и выделить услугу отдельно)
- Отдельные **страны не все включают в учет**.



# ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ УСЛУГ 2

- Нет четкого определения **самой услуги** для целей международной торговли (описывается не услуга как товар, а описывается торговля через способы международной торговли)
- **Разнообразные классификации** для разных целей (ВТО сейчас попыталась систематизировать и выделить 12 секторов услуг)
- Поскольку статистики не было, то и услуг как бы не было - вообще **не занимались проблемами регулирования** – ГАТТ - кино и транспорт
- Формироваться **инструментарий начал только с 1995 г (ВТО)**



# ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ УСЛУГ 3

---

- Это наиболее закрытая сфера для торговли до сих пор, и сфера для злоупотреблений.
- Сектор услуг является в наибольшей степени **защищенным** (уровень протекционизма государства достаточно высок)
- Сложность еще в том, что отрасли услуг является сферой, где весьма существенно развита некоммерческая составляющая взаимодействия между странами: есть как коммерческие контракты, так и договоры о сотрудничестве – **неправительственные организации**
- Поэтому делим на два типа отношения в сфере услуг: **международное сотрудничество и торговля.**

## 2. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

---

В сфере услуг на  
международных  
рынках

Международное  
сотрудничество

Международная  
торговля

## 2.1. КРИТЕРИЙ ДЕЛЕНИЯ

---

**Основополагающим критерием** разделения понятий сотрудничества в социальной сфере и международной торговли (экспорта-импорта) в сфере услуг является:

**платность или бесплатность** предоставления тех или иных услуг, коммерческий или некоммерческий характер деятельности организаций.



## 2.2. СОТРУДНИЧЕСТВО И ТОРГОВЛЯ



# МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ

---

- Развивается особенно быстро начиная с 1980-х гг. Результат – рост доли услуг в международном обмене (сегодня 25 %)
- Среднегодовой прирост мирового экспорта (1990-2004 гг.) товаров 7,1 %; услуг – 7,6 %
- Экспорт услуг увеличивается несмотря на высокий уровень протекционистских ограничений торговли в этой сфере



# ПАДЕНИЕ УСЛУГ НА РЫНКАХ В КРИЗИС

---

- Кризис заметно ударил по международной торговле в сфере услуг
- Согласно статистическим данным ВТО в 2009 г. и экспорт и импорт в секторе коммерческих услуг снизился по сравнению с 2008 г. (когда еще наблюдался рост) на 12 %.

# **ИТ КОММЕРЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ**

## **В 2008-2009 ГГ.**

	2008 г.		2009 г.		2009 г. /2008 г.
	млрд долл.	%%	млрд долл.	%%	%%
<b>Экспорт, всего</b>	3780	100,0	3350	100,0	- 11,4
<b>Транспортные услуги</b>	890	23,6	700	20,9	- 21,3
<b>Туризм</b>	950	25,2	870	26,0	- 8,4
<b>Прочие коммерческие услуги</b>	1935	51,2	1780	53,1	- 8,0
<b>Импорт, всего</b>	3490	100,0	3145	100,0	- 9,9
<b>Транспортные услуги</b>	1045	29,9	835	26,6	- 20,1
<b>Туризм</b>	850	24,4	790	25,1	- 7,1
<b>Прочие коммерческие услуги</b>	1595	45,7	1520	48,3	- 4,7

# **Международный туризм - одна из наиболее распространённых форм обмена услугами и одно из ключевых направлений развития сферы услуг многих стран**

- В странах, где производственный сектор относительно невелик, мощное развитие получил международный туризм, доля услуг в экспорте может превышать 30% (Греция, Турция, Египет, Тунис и др.).



**Грецию** посещает более 19 млн. туристов ежегодно, принося, тем самым, около 15 % валового внутреннего продукта всей страны.

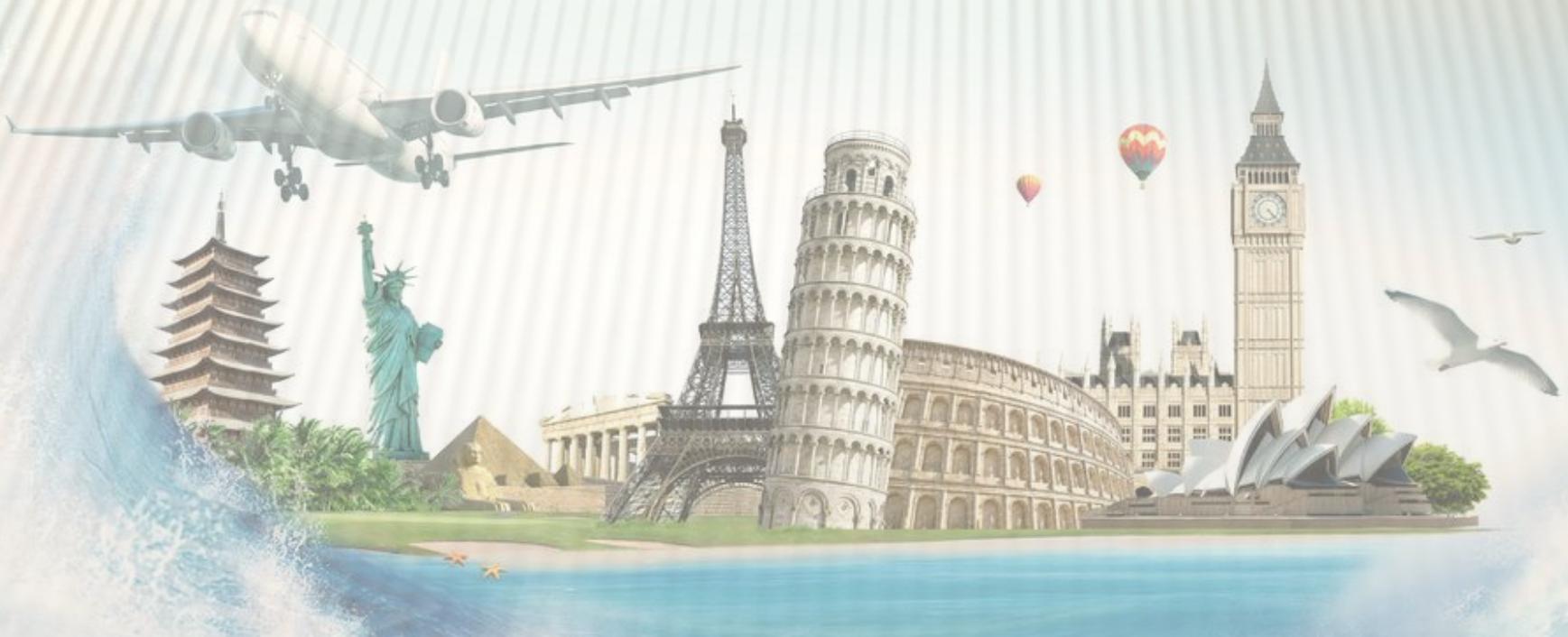
- Туризм в Греции — один из основных источников валютных поступлений, он приносит государству свыше 15 % ВВП и работу 16,5 % от общего количества занятого населения.



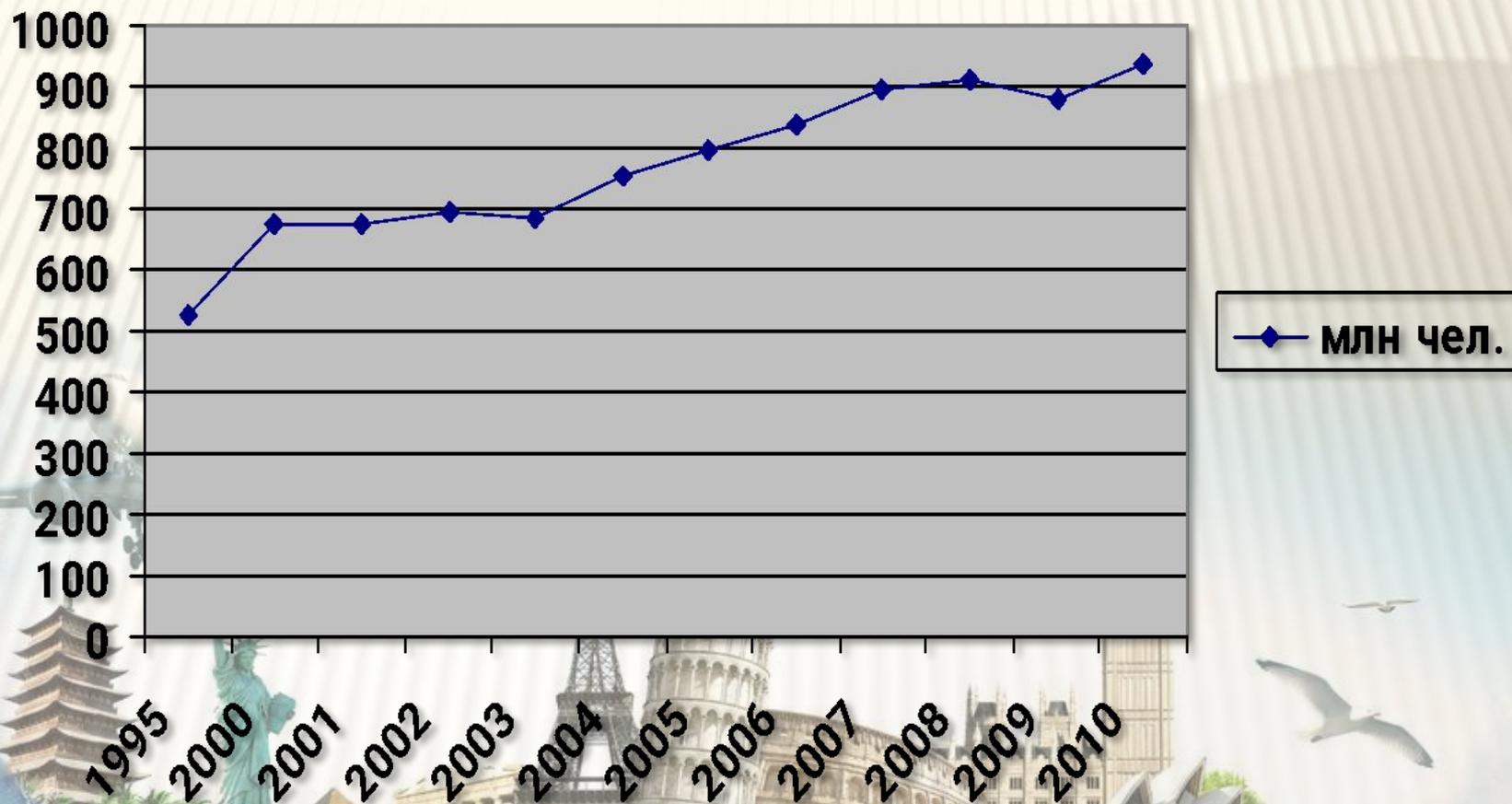
# ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

---

- По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) наблюдается постоянный рост числа туристов в мире - по сравнению с 1995 г. рост составил почти 100% (с 528 млн в 1995 г. до 935 млн туристов в 2010 г.
- В РФ традиционно основой отрицательного сальдо внешней торговли услугами является импорт туризма (- 9,3 млрд долл. США в январе-июне 2011 г.).



# ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТСКИХ ПРИБЫТИЙ, 1995 – 2010 ГГ.



**Туризм** — временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев.

**Международный турист** - выезжающее за границу лицо на период более 24 часов и не занимающееся там оплачиваемой деятельностью.



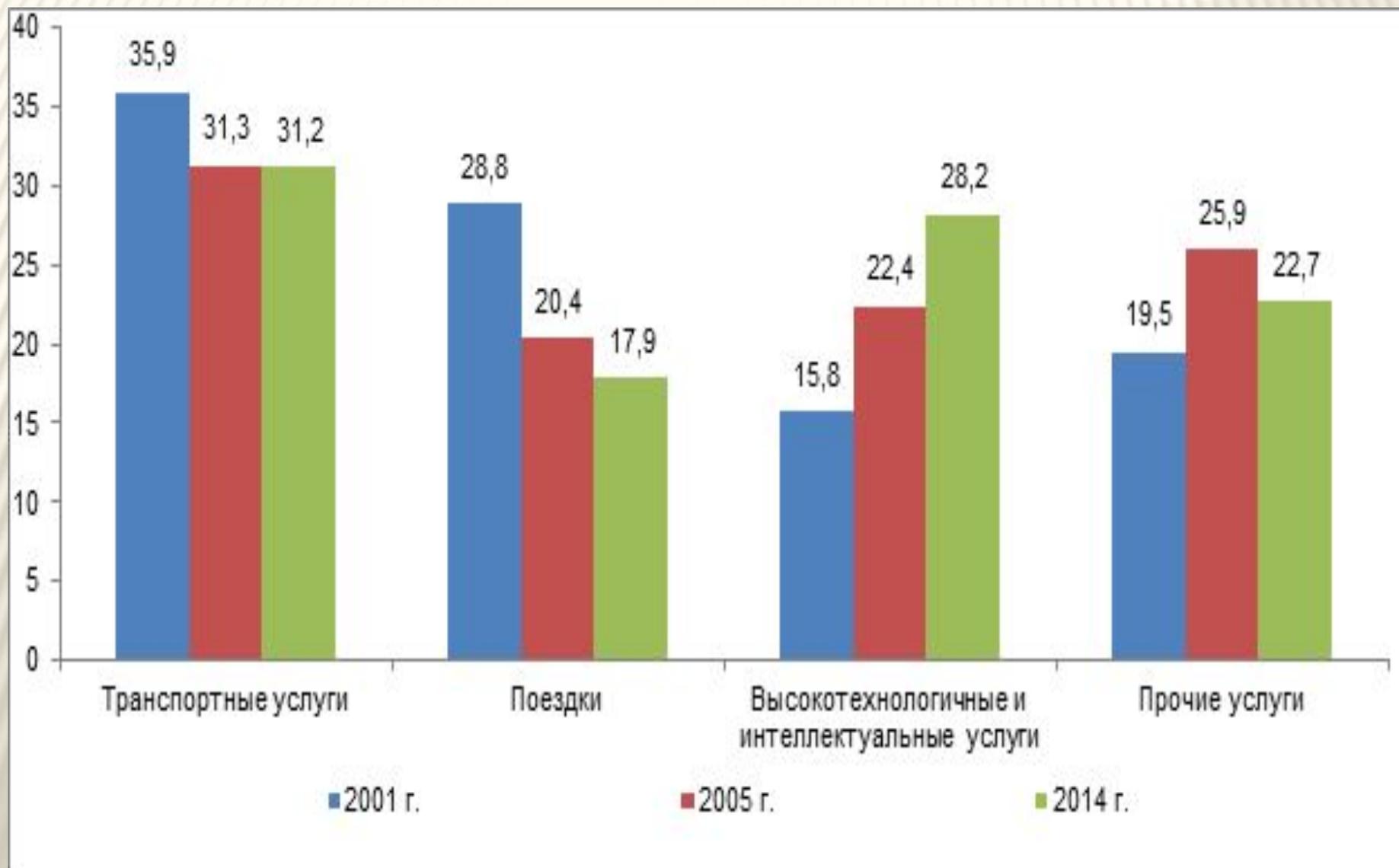
# ***ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ***

---

- На экономически развитые страны приходится
  - 90 % импорта и экспорта 80 % услуг
- Западная Европа – доля в общем объеме международной торговли услугами 50 %
- Доля развивающихся стран в мировом экспорте коммерческих услуг за 1980-2003 гг. выросла с 16 до 27% (в основном азиатско-тихоокеанский регион – в десятку крупнейших экспортеров подгадает Китай и Корея)
- Россия – примерно 1-2 % в мировой торговле услугами



# УКРУПНЕННАЯ СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА УСЛУГ (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ, В % К ИТОГУ)



# ***КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ***

---

Для целей международной торговли **все услуги классифицированы на 12 секторов** следующим образом:

- деловые (включая профессиональные и компьютерные) услуги;
- услуги в области связи;
- строительные и связанные с ними инженерные услуги;
- дистрибьюторские услуги, включая услуги оптовой и розничной торговли;
- услуги в области образования;
- услуги, связанные с защитой окружающей среды;
- финансовые (страховые и банковские) услуги;
- услуги в области здравоохранения и социального обеспечения;
- туризм и услуги, связанные с путешествиями;
- услуги по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий;
- транспортные услуги;
- прочие услуги, не вошедшие в перечисление (например, бытовые).

# СТРУКТУРНЫЕ СДВИГИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ

	Середина XX века	Начало XXI века
Всего коммерческие услуги	100,0	100,0
Транспорт	44,3	22,6
Туризм	30,9	29,4
Другие виды услуг	24,8	48,0

# ДРУГИЕ ВИДЫ УСЛУГ

---

**Деловые услуги –**  
обслуживают бизнес  
(примерно 65%) – оценочные  
данные

- ❑ Профессиональные и технические услуги, лизинг, консалтинг, управление – 48 %
- ❑ Информационные услуги – 9%
- ❑ Финансовые услуги – 9 %
- ❑ Прочие деловые (реклама, кадры и т.п.) – 34 %

**Персональные услуги -**  
удовлетворяют личные  
потребности граждан  
(примерно 35%)

- ❑ Образование
- ❑ Здравоохранение
- ❑ Личные профессиональные и т. п. услуги



# КРИТЕРИИ ДЕЛЕНИЯ СПОСОБОВ ПОСТАВКИ УСЛУГ

---

- ▣ **Первый критерий** – это происхождение поставщика и потребителя услуги (под происхождением обычно понимают гражданство физического лица или место регистрации компании).
- ▣ **Второй критерий** – это нахождение поставщика и потребителя услуги в момент оказания услуги и характер этого территориального присутствия (постоянное или временное). В отношении компаний этот критерий важен в том случае, если компания предоставляет услуги через свой филиал или отделение, находящееся за границей.

# МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНИЯ СДЕЛОК В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ

---

- Механизмы сделок
  - Мобильность потребителя
  - Мобильность производителя
- Одновременная
  - мобильность продавцов и покупателей
- Мобильный характер самой услуги

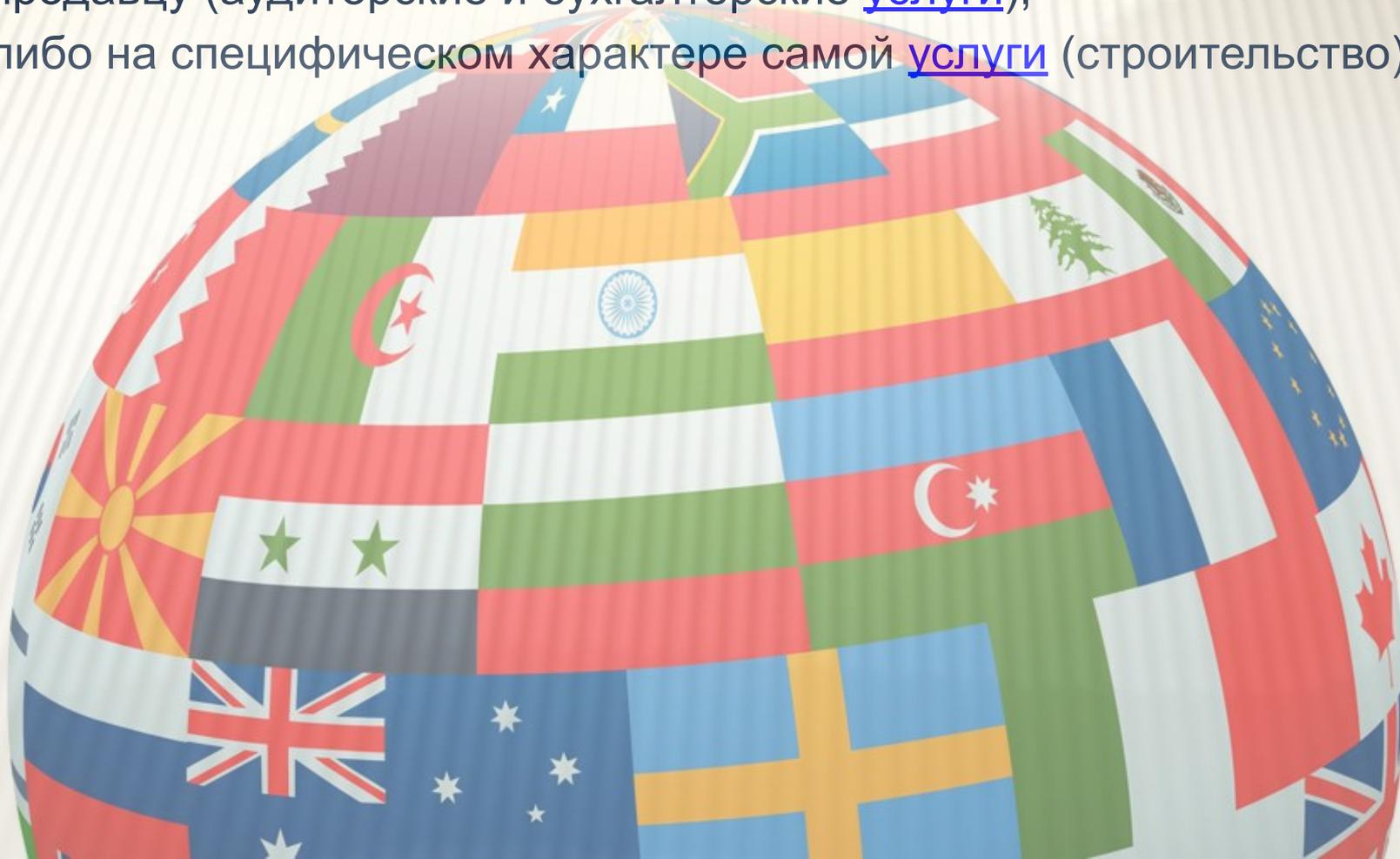
# МОБИЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ ОБУСЛОВЛЕНА

---

- 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 ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ОБУСЛОВЛЕНА ТЕМ, ЧТО:

- покупатель находится за рубежом и не может переместиться к продавцу (аудиторские и бухгалтерские [услуги](#)),
- либо на специфическом характере самой [услуги](#) (строительство).



# МОБИЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

---

- собираются в третьей стране (международная конференция)
- продавец оказывает покупателю услугу через представительство в третьей стране (оффшорные зоны)



# МОБИЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР САМОЙ УСЛУГИ

---

- **Продавец и покупатель используют современные средства телекоммуникации**





**Особенности международной**  
**торговли услугами**  
*(экспорт-импорт услуг)*



# ПОНЯТИЕ ЭКСПОРТА-ИМПОРТА УСЛУГ

- В Федеральном законе «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности Российской Федерации» от 13.10.1995 г. было дано определение «экспорта и импорта услуг».
- В процессе гармонизации российского и международного законодательства в 2003 г. был принят новый Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», регулирующий международные отношения, который полностью исключает услугу как самостоятельную категорию из перечня основных понятий, но описывает ее через дефиниции «внешняя торговля услугами».
- В целом это обусловлено подходом, используемом в международных документах, которые в части описания категории «услуга» страдают недостаточной четкостью дефиниций.

# ЭКСПОРТ - ЭТО

- «вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе.
- Факт экспорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации, момент предоставления услуг и прав на результаты интеллектуальной деятельности».

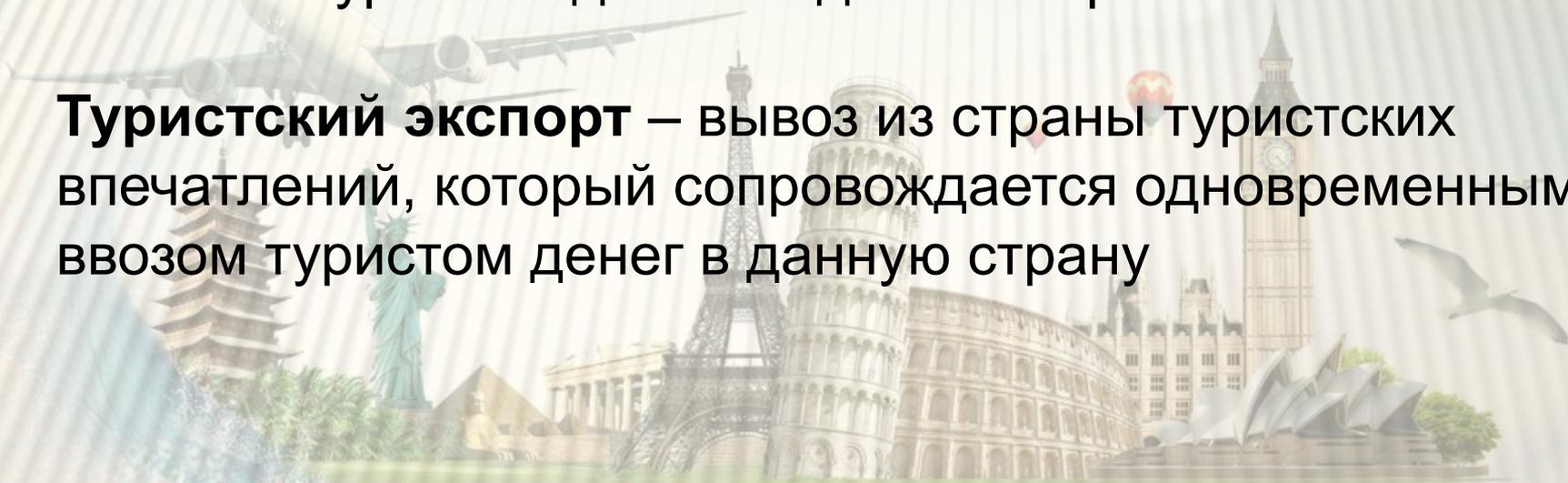
# ИМПОРТ - ЭТО

- «ввоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, на таможенную территорию Российской Федерации из-за границы без обязательства об обратном вывозе.
- Факт импорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации, получения услуг и прав на результаты интеллектуальной деятельности».

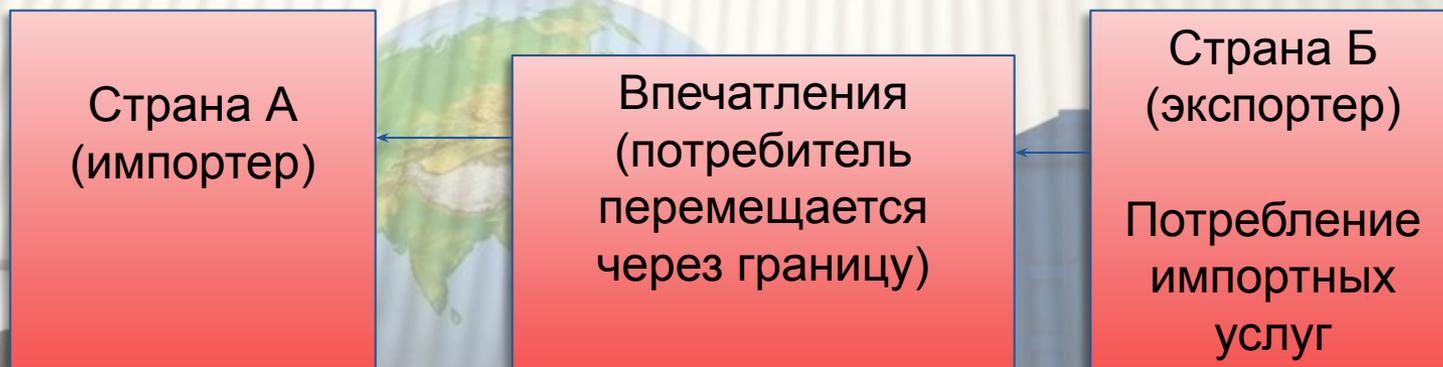
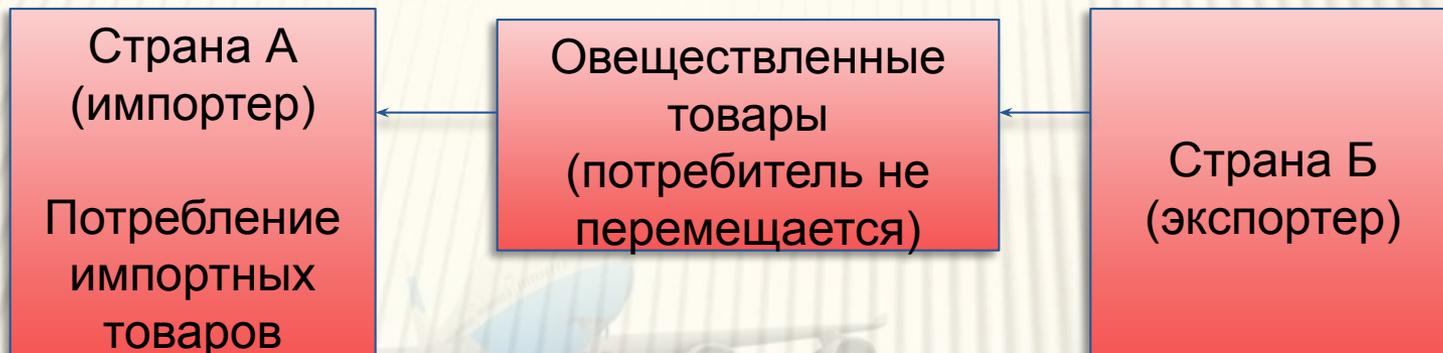
# ***МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ***

**Туристский импорт** – ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны.

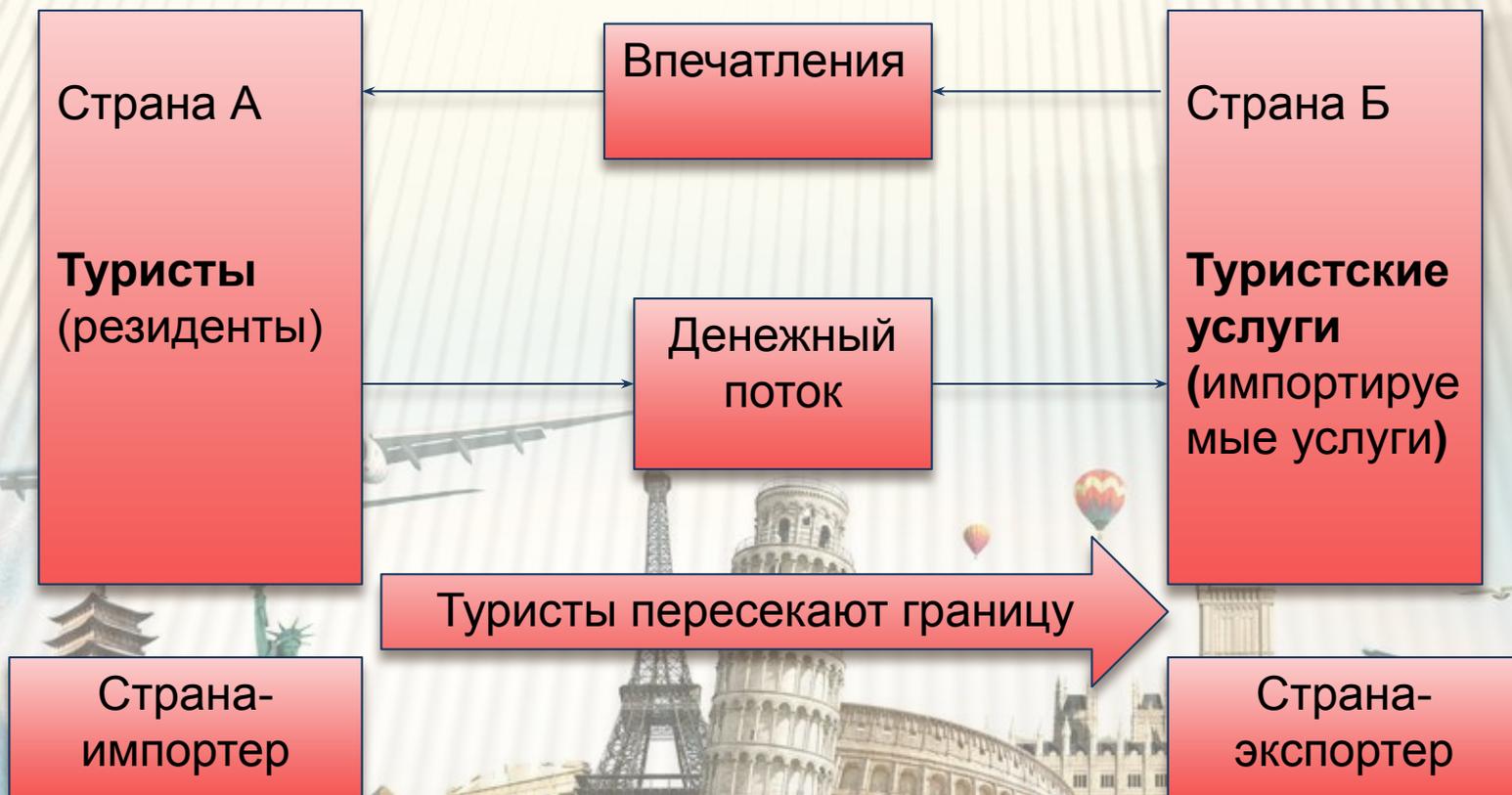
**Туристский экспорт** – вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну



# ЭКСПОРТ/ ИМПОРТ ТОВАРОВ И УСЛУГ



# ЭКСПОРТ/ ИМПОРТ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ



# **ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ**

- это оказание услуг (выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг, доставку услуг (работ) и осуществляемое способами, указанными в статье 33 настоящего Федерального закона

Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 г. N 164-ФЗ (с изменениями от 22 августа 2004 г., 22 июля 2005 г.).

# СПОСОБЫ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

- ТАТС
- Грансграничная торговля
  - С таможенной территории
  - одного государства на
  - территорию другого
  - государства

- Потребление
- за границей
  - Перемещение
  - потребителя

- Коммерческое
- присутствие
  - Создание
  - коммерческих
  - предприятий,
  - ПИИ

- Присутствие
- физических лиц
  - Временное
  - передвижение
  - поставщика услуги

# ФАКТ КОНТАКТА РЕЗИДЕНТА И НЕРЕЗИДЕНТА

---

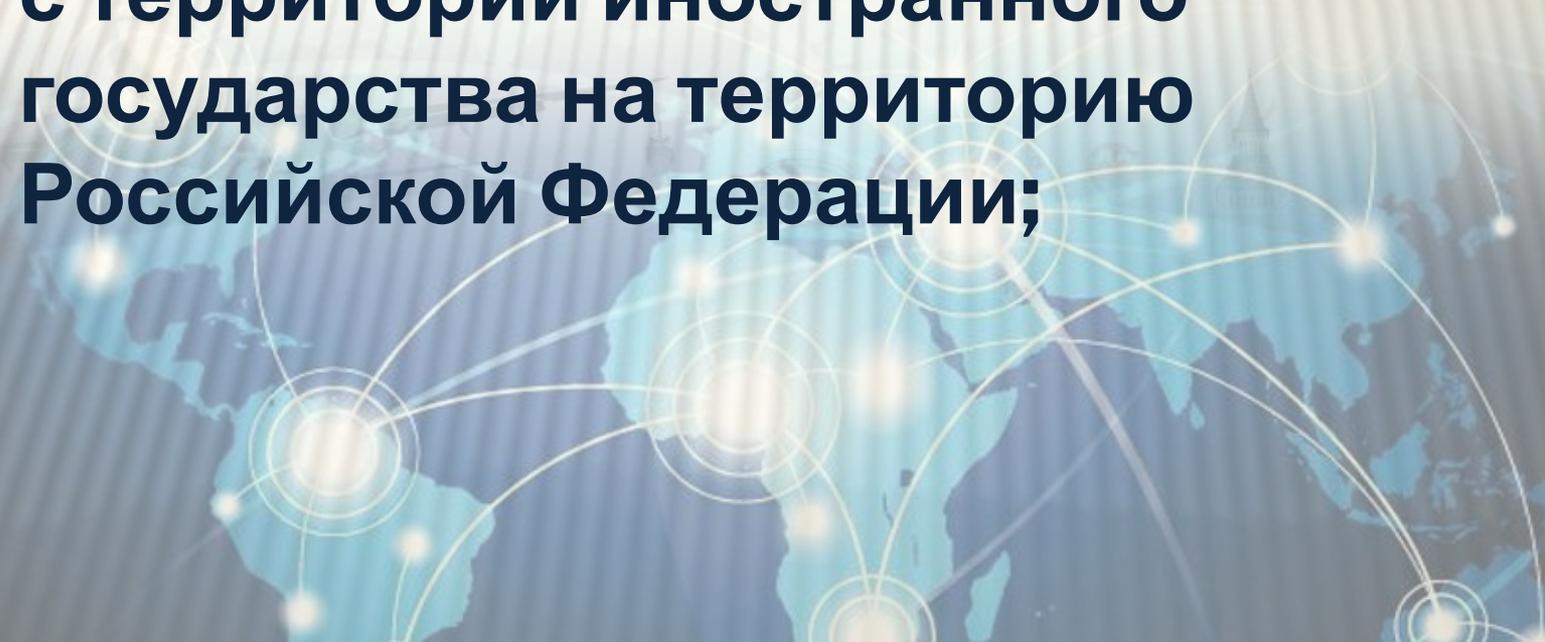
- **Международная торговля услугами, в отличие от торговли товарами, где велика роль торгового посредничества, основана на прямых контактах между производителями и потребителями**
- **Критерий факта международной торговли – контакт резидента и нерезидента при предоставлении услуги.**



# **ТРАНСГРАНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ**

**ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА N 164-ФЗ, СТ 33**

---

- 1) с территории Российской Федерации на территорию иностранного государства;**
  - 2) с территории иностранного государства на территорию Российской Федерации;**
- 

# ТРАНСГРАНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

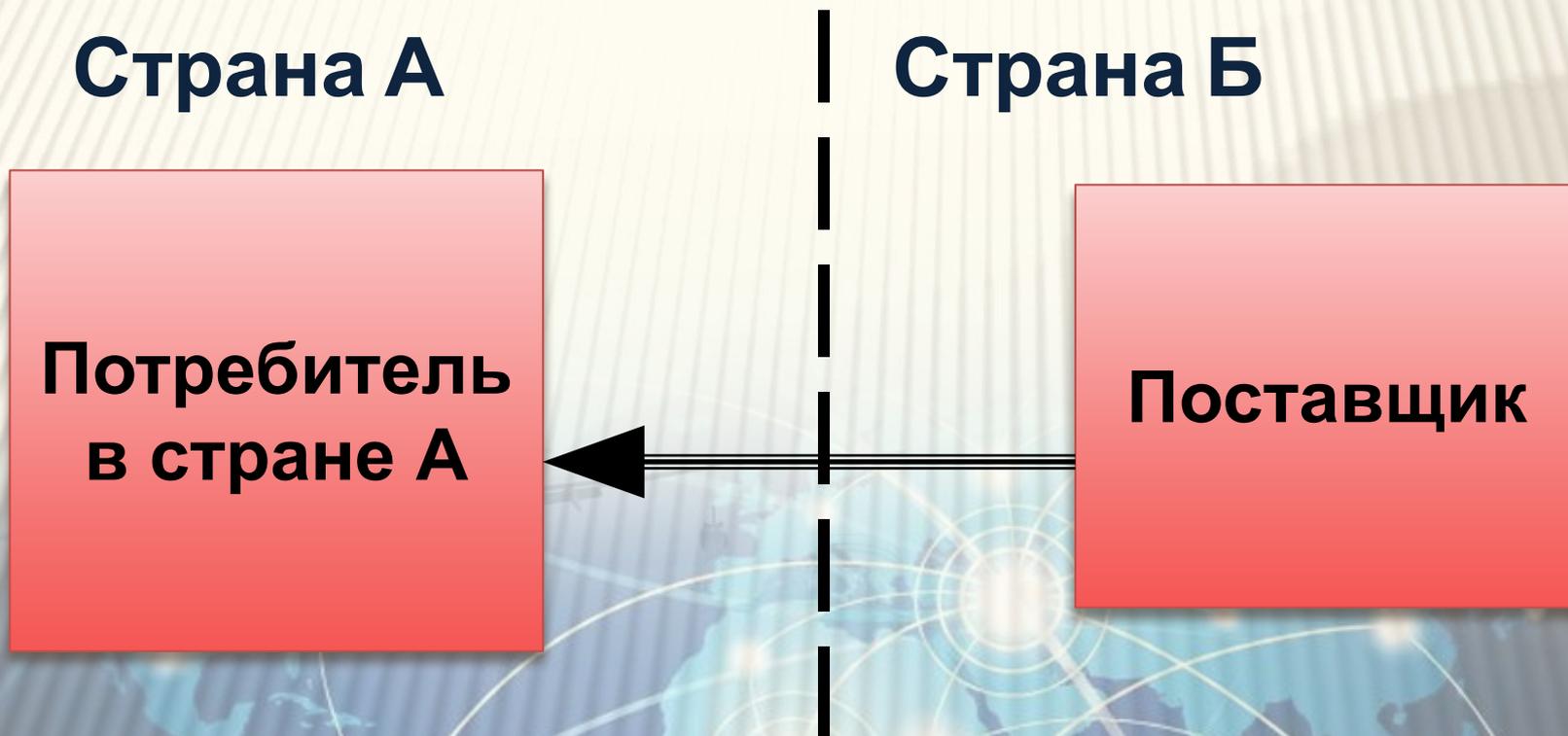
**Страна А**

**Страна Б**

**Потребитель  
в стране А**

**Поставщик**

**Поставляемая услуга пересекает границу**



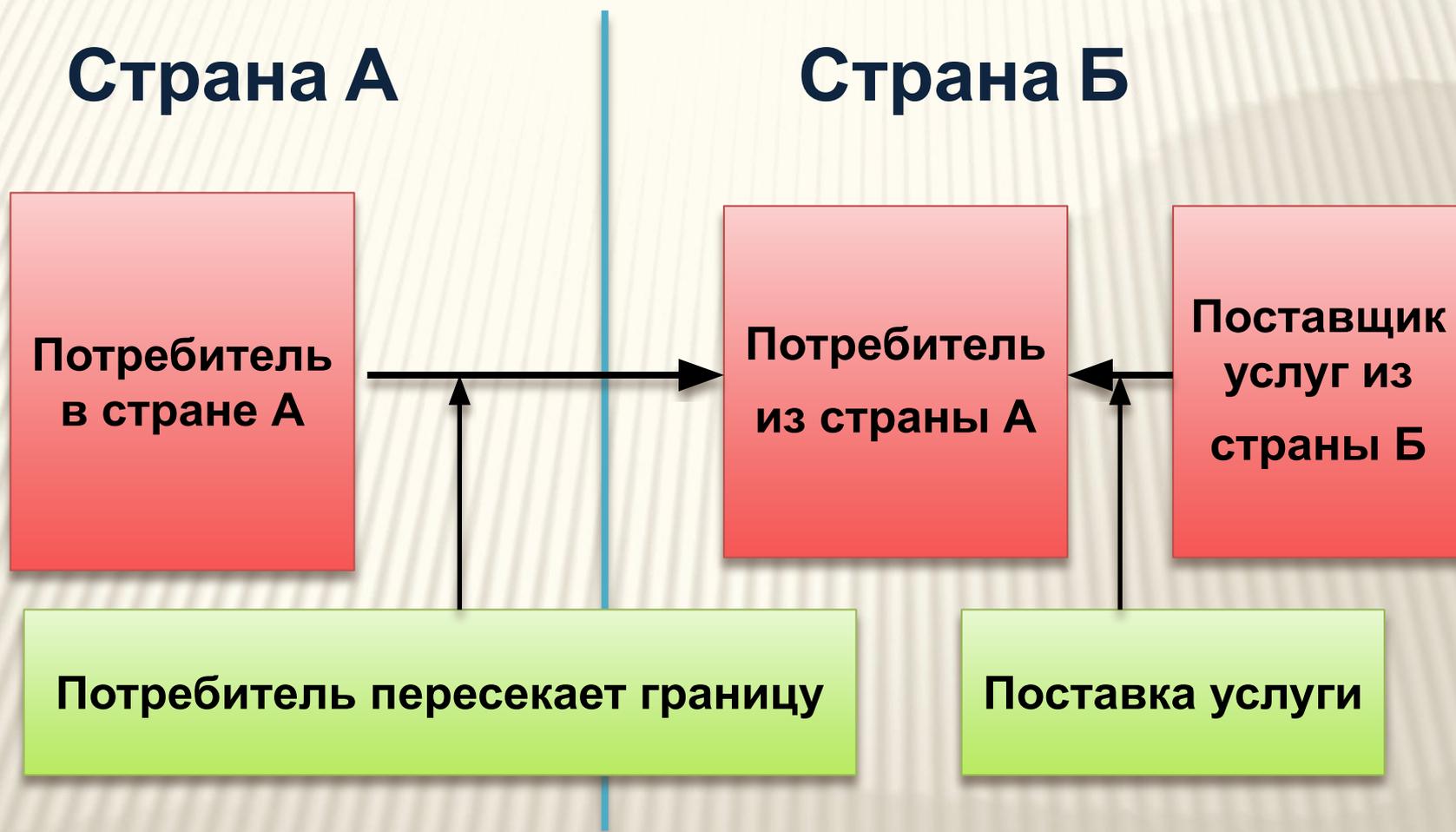
# ПОТРЕБЛЕНИЕ ЗА ГРАНИЦЕЙ

ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА N 164-ФЗ, СТ 33

---

- на территории Российской Федерации иностранному заказчику услуг;
- на территории иностранного государства российскому заказчику услуг;

# ПОТРЕБЛЕНИЕ ЗА ГРАНИЦЕЙ



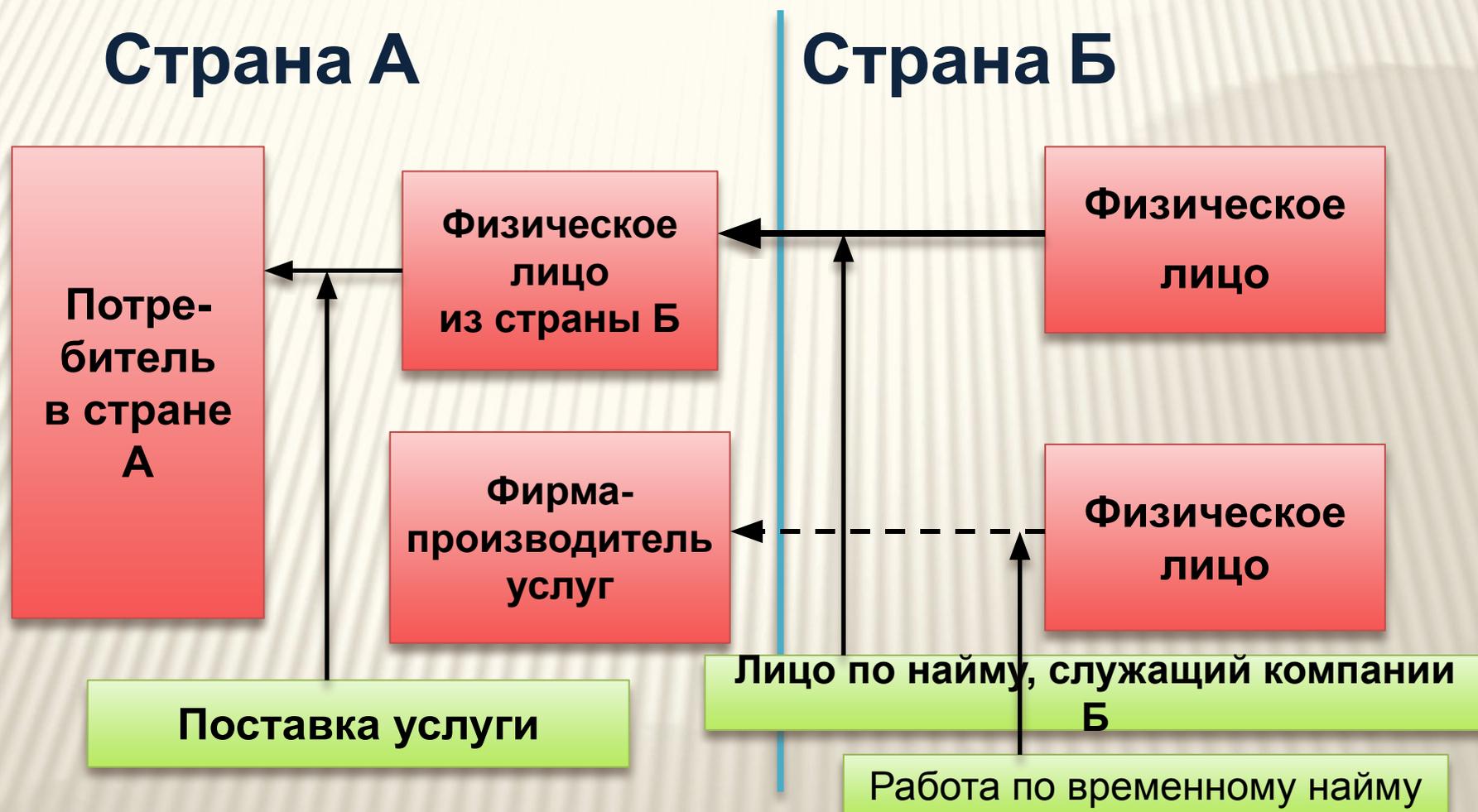
# ПРИСУТСТВИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

~~ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА N 164-ФЗ, СТ 33~~

---

- 5) **российским исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории иностранного государства, путем присутствия его или уполномоченных действовать от его имени лиц на территории иностранного государства;**
- 6) **иностраннным исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории Российской Федерации, путем присутствия его или уполномоченных действовать от его имени иностраннных лиц на территории Российской Федерации;**

# ПРИСУТСТВИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ



# КОММЕРЧЕСКОЕ ПРИСУТСТВИЕ

ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА N 164-ФЗ, СТ 33

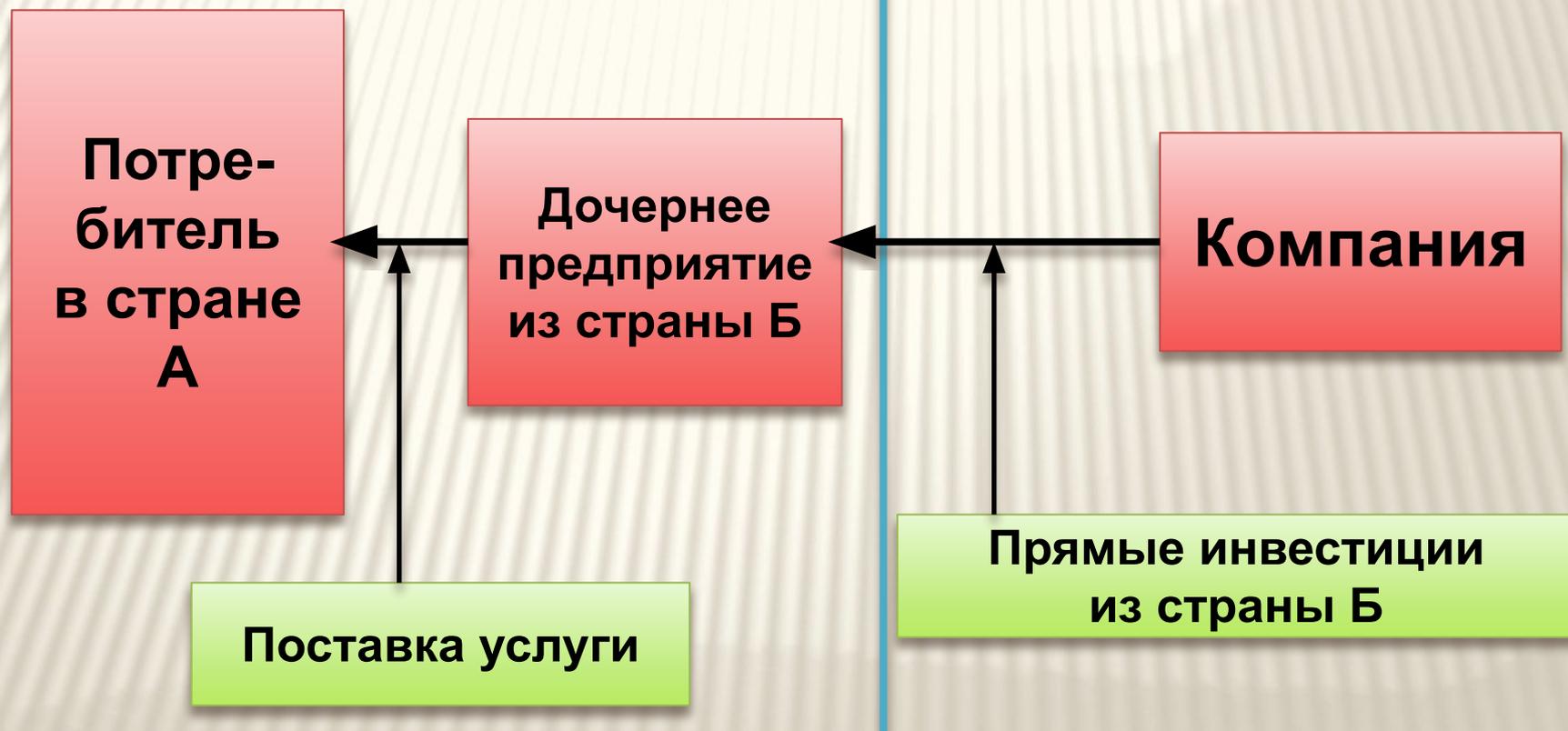
---

- российским исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории иностранного государства;
- иностранным исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории Российской Федерации.

# КОММЕРЧЕСКОЕ ПРИСУТСТВИЕ

**Страна А**

**Страна Б**



# ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ МТУ

- **Присутствие физических лиц:**
- Конкуренция на рынке труда
- Неквалифицированные кадры. Нелегальная миграция
- Нерегулируемое перетекание финансовых ресурсов (специальные посредники по передаче з.пл.)
- Усиление давления на систему социального обеспечения
- Социальная нестабильность
- Ассимиляция второго и др. поколений мигрантов
- ЧТО ЕЩЕ?

# ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ МТУ

---

## *Потребление за границей*

- Развитие сферы услуг другой страны
- Снижение конкуренции на внутреннем рынке
- Перемещение финансовых ресурсов потребителей в другую страну  
(Туризм внутренний и выездной)

# ***ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ МТУ***

---

## **Коммерческое присутствие**

- Не все услуги допускаются на внутренние рынки (образование, страхование)
- Монополизация рынков через деятельности ТНК в сфере услуг

**Плюсы** – привлечение инвестиций, развитие конкуренции, повышение разнообразия услуг

# ОТЛИЧИЯ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ ОТ ЭКСПОРТА УСЛУГ

---

## •Услуга

- Момент
- Предоставления и
- потребления
- услуги

- Взаимо-
- действие
- резидента и
- нерезидента

- Нетаможное
- регулирование

- Ограниченность
- участия
- посредников

- Переменяется
- человек

## •Товар

- Момент
- пересечения
- таможенной
- границы

- Не важен
- статус
- Потребителя

- Таможенное
- регулирование
- вание

- Присутствие
- посредника

- Переменяется
- товар

# ОПИСАТЬ ПРЕДЛОЖЕННУЮ СИТУАЦИЮ ПО СЛЕДУЮЩЕМУ АЛГОРИТМУ

---

1. Выделить вид услуги, кратко описать;
  2. Определить производителя, потребителя, импортера, экспортера, способ торговли;
  3. Способ торговли услугами представить в виде схемы (графической) сделки;
  4. Оценить сильные, слабые стороны, возможности угрозы данного способа для данной услуги (представить в виде SWOT-анализа)
- Самостоятельно найти четыре кейса по каждому способу торговли и описать по той же схеме

# ГРУППА 1 – ЗАДАНИЕ

---

- В стране А проводится первый раз новый фестиваль (спортивное соревнование, профессиональная выставка ...)
- Фестиваль является туристским событием
- Событие привлекательно для туристов из различных стран
- К организации фестиваля привлекаются участники и организаторы из разных стран

## Задача:

- Найти подобный кейс, описать его и проанализировать с точки зрения используемых способов торговли услугами, оснований выбора именно такого способа торговли, преимуществ /недостатков подобного способа торговли
- - предложить направления по превращению нового фестиваля в ежегодное туристское событие

# ГРУППА 2 – ЗАДАНИЕ

---

- В стране Б развит главным образом пляжный туризм
- Дополнительными объектами привлекательности являются культурные и исторические памятники
- В условиях кризиса снижается качество обслуживания, и в целом интерес к пляжному туризму падает
- Туристские компании страны Б стараются выходить на иностранного туриста самостоятельно за счет создания филиалов своих компаний в странах А, С ....

## Задача

Найти подобный кейс, описать его и проанализировать с точки зрения используемых способов торговли услугами, оснований выбора именно такого способа торговли, преимуществ /недостатков подобного способа торговли

- предложить направления по развитию туризма в стране Б

# ГРУППА 3 – ЗАДАНИЕ

---

- В стране С хорошо развит образовательный туризм
- Студенты приезжают на языковые курсы, на стажировки, на практику, на полный цикл обучения
- Страна С ведет активную политику по продвижению услуг образования на рынки зарубежных стран, создает филиалы и представительства своих учреждений в других странах
- Посреднические туристские компании страны А, Б, и др. предлагают услуги студентам и школьникам в организации образовательных туров в страну С
- Страна С ищет новые способы завоевания рынков образовательного туризма в других странах за счет использования новых способов торговли

## Задача

Найти подобный кейс, описать его и проанализировать с точки зрения используемых способов торговли услугами, оснований выбора именно такого способа торговли, преимуществ /недостатков подобного способа торговли  
- предложить направления развития экспорта образовательных услуг из страны С

# ГРУППА 4 – ЗАДАНИЕ

---

- Страна D активно развивает культурный туризм, обладает богатым культурным ресурсом для развития туризма
- Привлекательность культурных объектов весьма высока во всем мире, число туристов растет из года в год
- Художественные культурные объекты (музеи, галереи, театры.... ) активно используют информационные технологии для повышения интерактивности своей деятельности
- Используются возможности информационных сетей для расширения числа туристов, посещающих культурные объекты страны

## Задача

Найти подобный кейс, описать его и проанализировать с точки зрения используемых способов торговли услугами, оснований выбора именно такого способа торговли, преимуществ /недостатков подобного способа торговли

- предложить направления развития экспорта услуг культурного туризма из страны D на мировые рынки