

*Тема 5

Международная торговля товарами и услугами

- 1. Мировой рынок и международное движение товаров**
- 2. Особенности территориальной и товарной структуры МТТ**
- 3. Особенности формирования международного рынка услуг**
- 4. Динамика развития и структура международного рынка услуг**

* 1. Мировой рынок и международное движение товаров

Мировой рынок – сфера устойчивых товарно-денежных отношений между странами, основанных на международном разделении труда, и других факторов производства.

Мировой рынок характеризуется следующими основными чертами:

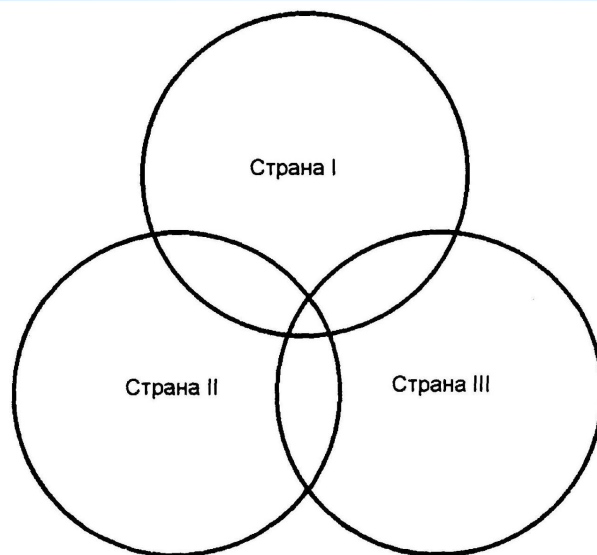
- ❖ является категорией товарного производства, вышедшего в поисках сбыта своей продукции за национальные рамки;
- ❖ проявляется в межгосударственном перемещении товаров, находящихся под воздействием не только внутреннего, но и внешнего спроса и предложения;
- ❖ оптимизирует использование факторов производства, подсказывая производителю, в каких отраслях и регионах они могут быть применены наиболее эффективно;
- ❖ выполняет санирующую роль, выбраковывая из международного обмена товары и их производителей, которые не в состоянии обеспечить международный стандарт качества при конкурентных ценах.

* Сущность категорий международная и внешняя торговля

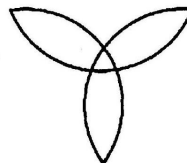
Международная торговля – сфера международных товарно-денежных отношений, представляющая собой совокупность внешней торговли всех стран мира.

Применительно к одной стране обычно используется термин «*внешняя торговля государства*», применительно к торговле двух стран между собой – «*межгосударственная, взаимная, двусторонняя торговля*», а применительно к торговле всех стран друг с другом – «*международная или мировая торговля*».

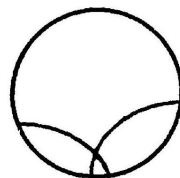
* Структура мирового рынка



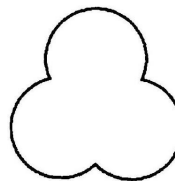
Внутренний рынок — форма хозяйственного общения, при которой все предназначенное для продажи сбывается самим производителем внутри страны.



Международный рынок — часть национальных рынков, которая непосредственно связана с зарубежными рынками.



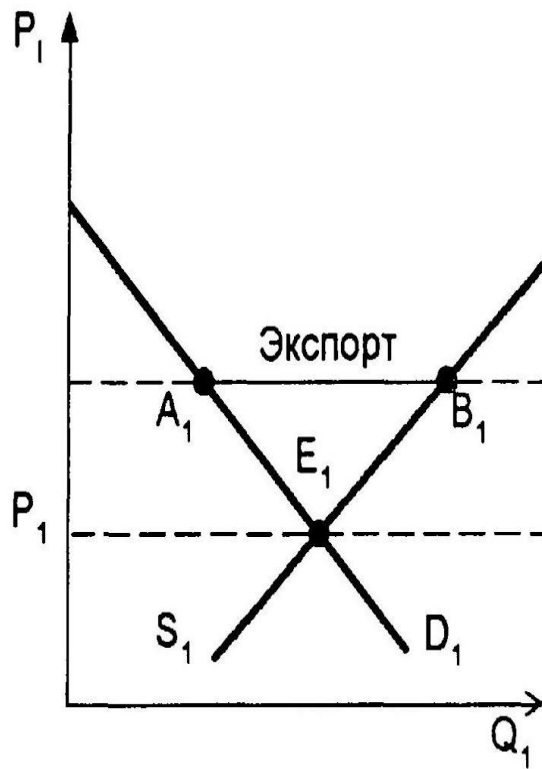
Национальный рынок — внутренний рынок, часть которого ориентируется на иностранных покупателей.



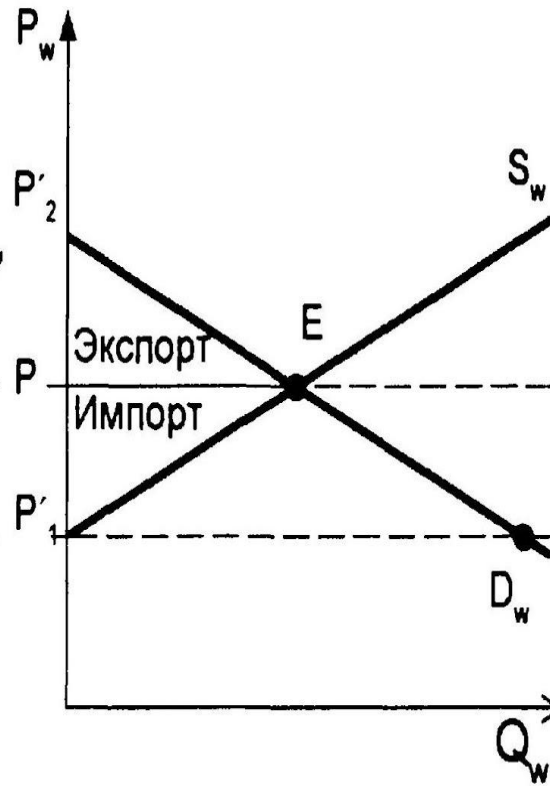
Мировой рынок — сфера устойчивых товарно-денежных отношений между странами, основанных на международном разделении труда и других факторах производства.

* Равновесие на мировом рынке

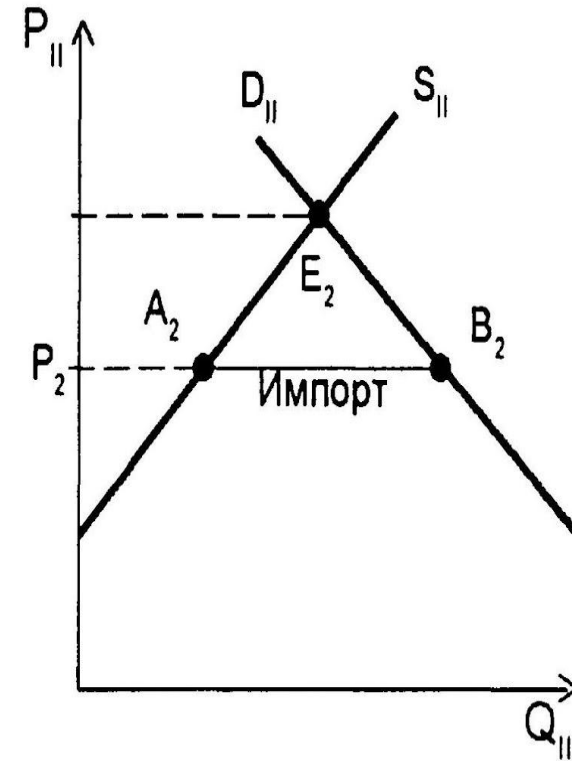
Страна I



Мировой рынок



Страна II



* Показатели развития международной торговли

Международную торговлю характеризуют показатели, которые можно систематизировать по следующим признаками:

- ❖ показатели объемов;
- ❖ показатели структуры;
- ❖ показатели динамики;
- ❖ показатели результатов.

* Показатели объемов международной торговли

Экспорт - это продажа с вывозом за границу товаров и услуг. К экспорту относят:

- ❖ товары, произведенные, выращенные или добытые в стране;
- ❖ товары, ранее ввезенные из-за границы, которые были переработаны, а также товары, переработка которых осуществлялась под таможенным контролем.

Реэкспорт - продажа и вывоз из страны ранее ввезенных на её территорию товаров, которые не подвергались обработке.

* Показатели объемов международной торговли

Импорт - ввоз в страну товаров и услуг.

К импорту относят:

- ❖ товары иностранного происхождения из страны-производителя или страны-посредника;
- ❖ товары для дальнейшей переработки под таможенным контролем.

Реимпорт - ввоз ранее вывезенных за границу товаров, которые не подвергались обработке, то есть это экспортные операции, которые не состоялись. Например: возвращение покупателем бракованного товара, возвращение товара, который не был продан через аукцион, возвращение товара, не реализованного через консигнационные склады.

* Показатели объемов международной торговли

Внешнеторговый оборот - сумма стоимостей экспорта и импорта страны за определенный период времени

$$ВТО = Э + И$$

физический объем торговли - оценка экспорта или импорта в неизменных ценах одного периода (как правило, года);

генеральная (общая) торговля - принятое в статистике внешней торговли определение внешнеторгового оборота с учётом транзитных товаров;

специальная торговля - чистый внешнеторговый оборот, то есть продукция, ввезенная в страну или вывезенная из нее:

$$СТ = ВТО - \text{реэкспорт} - \text{реимпорт}$$

* Показатели структуры международной торговли

- ❖ *товарная структура* - это показатели распределения экспорта и импорта по основным товарным позициям;
- ❖ *географическая структура* - распределение товарного потока по странам, группам стран и регионам мира;
- ❖ *институциональная торговля* - распределение торговли по субъектам и методами товарного обмена;
- ❖ *видовая структура* - распределение торговли по видам товарного обмена.

* Показатели динамики международной торговли

1. Темпы роста:

- ❖ темп роста экспорта
- ❖ темп роста импорта
- ❖ темп роста внешнеторгового оборота

2. Темпы прироста:

- ❖ темп прироста экспорта
- ❖ темп прироста импорта
- ❖ темп прироста внешнеторгового оборота

* Показатели результатов международной торговли

- ❖ *сальдо торгового баланса* - это разница между стоимостным объемом экспорта и импорта товаров отдельной страны;
- ❖ *индекс “ условия торговли”* - отношение индекса средних цен экспорта определенного товара, страны в целом, группы стран к индексу средних цен импорта за определенный период времени.
- ❖ *экспорт на душу населения*
- ❖ *импорт на душу населения*
- ❖ *экспортная квота*
- ❖ *импортная квота*
- ❖ *внешнеторговая квота*

* 2. Особенности территориальной и товарной структуры МТТ

Темпы роста торговли товарами, производства и ВВП, 2000-2013 гг.,
% в год

	2005-10	2008	2009	2013
Показатели				
Мировой товарный экспорт	3,5	2,5	-12,0	13,0
С/х продукция	3,5	2,5	-2,5	6,5
Топливные и сырьевые товары	1,5	1,0	-5,5	5,0
Готовые изделия	4,0	2,5	-15,0	16,0
Мировое товарное производство	2,0	1,0	-2,5	3,5
С/х	2,0	3,5	0,5	0,2
Добывающая промышленность	0,5	1,5	-1,5	2,3
Обрабатывающая промышленность	2,5	0,0	-4,0	5,6
Мировой ВВП	¹³ 2,0	1,5	-2,5	3,2

ВЕДУЩИЕ ЭКСПОРТЕРЫ И ИМПОРТЕРЫ В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ ТОВАРАМИ В 2013 Г.

Место	Страна-экспортер	Объем, млрд долл.	Доля, %	Изменение к 2012 г., %	Место	Страна-импортер	Объем, млрд долл.	Доля, %	Изменение к 2012 г., %
1	Китай	2210	11,8	8	1	США	2331	12,4	0
2	США	1579	8,4	2	2	Китай	1950	10,3	7
3	Германия	1453	7,7	3	3	Германия	1187	6,3	2
4	Япония	715	3,8	-10	4	Япония	833	4,4	-6
5	Нидерланды	664	3,5	1	5	Франция	681	3,6	1
6	Франция	580	3,1	2	6	Великобритания	654	3,5	-5
7	Республика Корея	560	3,0	2	7	Гонконг, Китай	622	3,3	12
						- импорт для внутреннего потребления	141	0,7	4
8	Великобритания	541	2,9	15	8	Нидерланды	590	3,1	0
9	Гонконг, Китай	536	2,9	9	9	Республика Корея	516	2,7	-1
	- экспорт товаров собственного производства	20	0,1	-11					
	- реэкспорт	516	2,7	10					
10	Российская Федерация	523	2,8	-1	10	Италия	477	2,5	-2
11	Италия	518	2,8	3	11	Канада ¹	474	2,5	0
12	Бельгия	469	2,5	5	12	Индия	466	2,5	-5
13	Канада	458	2,4	1	13	Бельгия	450	2,4	3
14	Сингапур	410	2,2		14	Мексика	391	2,1	3
	- экспорт товаров собственного производства	219	1,2	-4					
	- реэкспорт	191	1,0	6					
15	Мексика	380	2,0	3	15	Сингапур	373	2,0	-2
						- импорт для внутреннего потребления ²	182	1,0	-9
16	Саудовская Аравия ³	376	2,0	-3	16	Российская Федерация ¹	344	1,8	3

* Мировой экспорт по группам товаров,

Года	С/х продукция	Продовольственные товары	Топливо и мин. продукты	000-2 Топливо	Готовые изделия	Железо и сталь %	Химическая промышленность	Фармацевт. промышленность	Машиностроение и транспорт
2000	8,54	6,68	13,31	<i>10,34</i>	72,64	2,21	<i>9,04</i>	<i>1,68</i>	40,80
2001	8,93	7,16	12,64	<i>9,80</i>	72,86	2,13	<i>9,66</i>	<i>2,14</i>	40,09
2002	9,02	7,25	12,21	<i>9,50</i>	73,16	2,22	<i>10,27</i>	<i>2,57</i>	39,57
2003	9,01	7,27	12,91	<i>10,20</i>	72,47	2,40	<i>10,55</i>	<i>2,71</i>	38,75
2004	8,49	6,80	14,33	<i>11,17</i>	71,78	2,93	<i>10,59</i>	<i>2,69</i>	38,20
2005	8,08	6,49	17,37	<i>14,01</i>	69,36	3,02	<i>10,48</i>	<i>2,61</i>	36,59
2006	7,79	6,23	19,18	<i>14,91</i>	67,90	3,09	<i>10,26</i>	<i>2,58</i>	35,97
2007	8,11	6,56	19,05	<i>14,57</i>	67,78	3,43	<i>10,55</i>	<i>2,66</i>	35,34
2008	8,36	6,94	21,94	<i>17,78</i>	64,61	3,64	<i>10,39</i>	<i>2,60</i>	33,10
2009	9,44	7,99	18,12	<i>14,46</i>	66,53	2,60	<i>11,57</i>	<i>3,47</i>	33,51
2010	8,94	7,34	19,86	<i>15,41</i>	65,38	2,76	<i>11,19</i>	<i>3,03</i>	33,35

* Мировой импорт по группам товаров,

Года	С/х продукция	Продовольственные товары	Топливо и мин. продукты	000-2	Готовые изделия	Железо и сталь %	Химическая промышленность	Фармацевт. промышленность	Машиностроение и транспорт
2000	8,86	6,85	13,50	10,33	72,77	2,26	9,23	1,68	8,86
2001	9,18	7,28	13,07	10,01	72,71	2,18	9,83	2,13	9,18
2002	9,29	7,44	12,34	9,48	73,62	2,24	10,46	2,60	9,29
2003	9,25	7,43	13,20	10,31	72,76	2,42	10,72	2,75	9,25
2004	8,75	6,97	14,46	11,12	72,26	2,96	10,70	2,70	8,75
2005	8,29	6,63	17,20	13,68	70,31	3,07	10,68	2,63	8,29
2006	7,90	6,31	19,09	14,71	69,03	3,10	10,42	2,58	7,90
2007	8,24	6,66	19,40	14,67	69,24	3,49	10,77	2,66	8,24
2008	8,51	7,06	22,41	17,85	65,36	3,69	10,65	2,61	8,51
2009	9,54	8,10	18,33	14,47	67,92	2,68	11,75	3,51	9,54
2010	9,25	7,67	20,14	15,42	67,02	2,88	11,32	3,05	9,25

Факторы, которые влияют на рост международной торговли

- ❖ Развитие МРТ и интернационализации производства;
- ❖ Активная деятельность ТНК на мировом рынке;
- ❖ НТР, которая содействовала обновлению капитала и возникновению новых областей промышленности;
- ❖ Регулирование МТ в пределах ВТО;
- ❖ Либерализация международной торговли (снижение тарифных и нетарифных барьеров);
- ❖ Развитие торгово-экономической интеграции;
- ❖ Обретение политической независимости бывшими колониальными странами;
- ❖ Распад биполярной мировой системы и образования новых центров роста производства (страны БРИКС, новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии и Северной Америки);
- ❖ Активизация процессов торговли в пределах интеграционных группировок;
- ❖ Развитие финансово-кредитных механизмов и инструментов содействия торговли.

- ❖ высокий уровень динамики развития международной торговли, которая опережает рост промышленного и сельскохозяйственного производства;
- ❖ значительное расширение номенклатуры и изменение характера продукции;
- ❖ усложнение продукции в мировом товарообмене;
- ❖ значительно вырос обмен изделиями промежуточного характера (узлами, деталями, компонентами), которые изготовлены на предприятиях разных стран;
- ❖ снижение энерго- и материалоемкости производства;

*Тенденции развития мировой торговли

- ❖ изменение характера и масштабов внешнеторговых соглашений (комплекс «товар плюс услуга», расширение практики поставок «под ключ»), увеличение масштабов внутрифирменной торговли;
- ❖ изменения в соотношении сил между ведущими субъектами международной торговли: на развитые страны приходится более 70 % мирового экспорта, на развивающиеся страны - 25 %, на бывшие социалистические страны » 4 %;
- ❖ рост в международном товарообороте удельного веса встречной торговли.

* Тенденции развития мировой торговли

*Ценообразование на мировых товарных рынках

Мировые цены — это цены, по которым проводятся крупные экспортно-импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние МТ конкретным товаром.

Множественность мировых цен — наличие ряда цен на один и тот же товар или товары одинакового качества в одной и той же сфере обращения на одинаковой транспортной базе.

* Множественность мировых цен

Обусловлена следующими факторами:

- ❖ отличиями торговой политики по отношению как к конкретным рынкам, так и к тем или иным импортерам;
- ❖ валютной государственной и межгосударственной политикой;
- ❖ политикой протекционизма;
- ❖ отличиями в методологии и методике расчетов цен;
- ❖ другими факторами.

* Систематизация цен в мировой торговле

По направлениям товарных потоков	По условиям расчетов	По полноте учета затрат
Экспортные	Коммерческие	Нетто
Импортные	Программ помощи	Потребления
	Трансфертные	

* Систематизация цен в мировой торговле

По характеру реализации	По степени фиксации	По уровню информированности
Оптовые	Твердые	Публикуемые
		Справочные
	Подвижные	Биржевые котировки
		Аукционы
Розничные	Переменные	Статистические
		Фактических соглашений
	Со следующей фиксацией	Предложений больших фирм
		Расчетные

* 3. Особенности формирования международного рынка услуг

Подходы к определению категории «услуга»

- * Услуга - это продукт труда, в которого отсутствует вещественная форма.
- * Услуга - изменение в положении институциональной единицы, которое происходит в результате действий и на основе взаимного соглашения с другой институциональной единицей.
- * Услуга – это предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворения нужд других лиц, за исключением деятельности, которая осуществляется на основе трудового правоотношения.
- * Услуга - такой вид работы, при котором производство полезного эффекта совпадает во времени с его потреблением.
- * Услуга - вид деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый материально-овеществлённый продукт, который ранее не существовал, но меняется качество уже созданного продукта.

* Сущность международной торговли услугами

Международная торговля услугами - это система международных отношений обмена, где основным товарным объектом выступают разнообразные виды услуг и которая существует на основе международного разделения труда.

Международная торговля услугами, в отличие от торговли товарами, где велика роль торгового посредничества, основана на прямых контактах между производителями и потребителями.

* **Формы международной торговли услугами**

- * пересечения границ сервисными продуктами;
- * движения потребителей в страну импорта;
- * установление коммерческого присутствия в стране, где будет предоставляться услуга;
- * временного переезда специалистов в страну с целью предоставления услуг.

* Отличия международной торговли товарами и услугами

Товары	Услуги
Осязаемы и видимы	Неосязаемы и невидимы
Поддаются хранению	Не поддаются хранению
Международная торговля товарами не связана непосредственно с производством	Международная торговля услугами связана с их производством, причем производство и потребление услуг происходит, как правило одновременно
На национальном уровне действует избирательная система государственной поддержки по отношению к отраслям материального производства, в отношении же остальных действуют принципы свободной конкуренции	Сфера услуг больше защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства, и частично или полностью является государственной собственностью

* Отличия международной торговли товарами и услугами

Товары	Услуги
В международный оборот могут поступать практически все производимые товары	Не все виды услуг являются "торгуемыми" и могут быть вовлечены в международный оборот (например, коммунальные и бытовые услуги)
Экспорт товаров означает их вывоз за рубеж с таможенной территории без обязательства об обратном ввозе.	Экспорт услуг может быть осуществлен как поставка услуг за границу (имеются в виду воплощенные услуги транспорта, информационные услуги), так и путем: - перемещения потребителя услуг (нерезидента) в страну их производителя: - временного перемещения за границу физического лица -поставщика услуг
Допустим институт посредников.	Посредники, как правило, отсутствуют.

* Классификация услуг в международной торговле

По способам доставки потребителю услуги классифицируются на:

- ❖ *услуги, связанные с инвестициями:* финансовые и банковские услуги;
- ❖ *туристические услуги;*
- ❖ *услуги, связанные с торговлей:*
транспортные и сопутствующие услуги: фрахт; хранение и складирование; погрузочно-разгрузочные работы; сопровождение груза в пути; выполнение таможенных формальностей;
- ❖ *услуги, связанные с инвестициями и торговлей:*
 - 1) бизнес-услуги: а) маркетинговые исследования; аудит; консалтинг; страхование; рекламные услуги; арендные операции и т. д.
 - 2) связь;
 - 3) строительство и инженерно-консультационные услуги;
- ❖ компьютерные и информационные услуги;
- ❖ культурные услуги (проведение выставок, ярмарок).

* Классификация услуг в международной торговле (мировой банк)

- * **Факторные** — платежи, которые возникают в связи с международным движением факторов производства, прежде всего, капитала и рабочей силы (прибыли на инвестиции, роялти и лицензионные платежи, зарплата, выплаченная нерезидентам);
- * **Нефакторные** — транспорт, путешествия и другие нефинансовые услуги.

* Классификация услуг в международной торговле (ВТО)

- бизнес-услуги, включая профессиональные и компьютерные;
- коммуникационные;
- строительные и инжиниринговые;
- дистрибьюторские;
- образовательные;
- природоохранные;
- финансовые (страховые и банковские);
- медицинские;
- туристические;
- рекреационные, культурные и спортивные;
- транспортные и другие;

Указанные 11 основных видов услуг в свою очередь делятся на 155 подвидов.

* Классификация услуг в международной торговле

Конференция ООН по торговле и развитию

- * финансовые;
- * информационные (коммуникационные);
- * профессиональные (производственные);
- * туристические;
- * социальные.

Международный валютный фонд

- * морские перевозки;
- * другие виды транспортирования;
- * путешествия;
- * другие частные услуги;
- * другие официальные услуги.

*** Классификация услуг в международной торговле в зависимости от действий продавца и покупателя**

Действия субъектов	Покупатель не перемещается	Покупатель перемещается
Производитель не перемещается	Транспортные, компьютерные, информационные услуги	Туристические, образовательные и медицинский услуги
Производитель перемещается	Услуги, связанные с размещением прямых иностранных инвестиций	Туристические поездки в третьи страны, организованные фирмами-нерезидентами

* 4. Динамика развития и структура международного рынка услуг

- ❖ в период с 1965 по 2013 гг. доля сектора услуг в ВВП выросла с 55% до 72% в индустриально развитых странах и с 42% до 49% в развивающихся странах.
- ❖ за последнее десятилетие объем международной торговли услугами вырос в 6–7 раз.
- ❖ в мировом товарообороте доля услуг достигает более 30%.
- ❖ темпы роста международной торговли услугами на 25% опережают темпы роста международной торговли товарами.

* Факторы развития международного рынка услуг

- * длительный экономический подъем в большинстве стран мирового хозяйства, который привел к повышению темпов экономического роста, деловой активности, производительности труда, уровня доходности фирм и платежеспособности населения;
- * научно-технический прогресс (НТП), который способствовал росту объемов производства, образованию новых видов услуг и расширению сфер их применения;
- * развитие международных экономических связей стран и форм международных экономических отношений.

ВЕДУЩИЕ ЭКСПОРТЕРЫ И ИМПОРТЕРЫ В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ КОММЕРЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ В 2013 Г.

Место	Страна-экспортер	Объем, млрд долл.	Доля, %	Изменение к 2012 г., %	Место	Страна-импортер	Объем, млрд долл.	Доля, %	Изменение к 2012 г., %
1	США	662	14,3	5	1	США	427	9,8	3
2	Великобритания	290	6,3	1	2	Китай	329	7,6	17
3	Германия	287	6,2	8	3	Германия	315	7,2	7
4	Франция	233	5,0	4	4	Франция	188	4,3	8
5	Китай	207	4,5	9	5	Великобритания	173	4,0	-1
6	Индия	153	3,3	5	6	Япония	161	3,7	-8
7	Испания	144	3,1	5	7	Индия	127	2,9	-1
8	Япония	144	3,1	1	8	Российская Федерация	123	2,8	19
9	Нидерланды	142	3,1	8	9	Сингапур	122	2,8	4
10	Гонконг, Китай	135	2,9	7	10	Нидерланды	121	2,8	1
11	Ирландия	124	2,7	7	11	Ирландия	117	2,7	5
12	Сингапур	117	2,5	4	12	Италия	107	2,5	3
13	Республика Корея	112	2,4	1	13	Республика Корея	106	2,4	1
14	Италия	110	2,4	6	14	Канада	105	2,4	0
15	Бельгия	101	2,2	2	15	Бельгия	96	2,2	5
16	Швейцария	94	2,0	5	16	Испания	91	2,1	1
17	Люксембург	79	1,7	10	17	Бразилия	84	1,9	7
18	Канада	78	1,7	0	18	ОАЭ	65	1,5	...
19	Швеция	75	1,6	6	19	Австралия	62	1,4	-2
20	Дания	69	1,5	6	20	Дания	60	1,4	3
21	Российская Федерация	66	1,4	13	21	Гонконг, Китай	59	1,4	1

Мировой экспорт и импорт услуг, в % и млрд. дол. США

Года	Экспорт							Импорт			
	Стоимость, млрд. долл. США	Транспортные	Туристические	Другие коммерческие	Финансовые	Лицензии и патенты	Другие бизнес-услуги	Стоимость, млрд. долл. США	Транспортные	Туристические	Другие коммерческие
2000	1483,00	23,16%	32,11%	44,73%	6,74%	5,70%	21,38%	1457,30	28,39%	29,92%	41,69%
2001	1486,70	22,86%	31,37%	45,77%	6,54%	5,56%	22,30%	1475,50	27,62%	29,06%	43,33%
2002	1599,30	22,26%	30,54%	47,19%	6,56%	5,63%	22,61%	1561,40	26,54%	29,06%	44,40%
2003	1831,80	22,04%	29,36%	48,60%	6,64%	5,52%	23,46%	1781,70	26,82%	28,38%	44,80%
2004	2229,70	22,55%	28,61%	48,83%	6,81%	5,97%	23,43%	2132,40	27,99%	27,51%	44,49%
2005	2495,90	22,81%	27,61%	49,58%	7,19%	6,07%	24,11%	2372,90	28,60%	26,97%	44,44%
2006	2830,90	22,49%	26,63%	50,88%	7,89%	5,77%	24,28%	2658,50	28,41%	26,04%	45,55%
2007	3408,10	22,51%	25,47%	52,03%	8,70%	5,69%	24,62%	3171,80	28,26%	25,21%	46,54%
2008	3842,40	23,16%	24,82%	52,03%	7,70%	5,83%	24,65%	3622,10	28,83%	23,93%	47,25%
2009	3386,00	20,20%	25,58%	54,23%	7,37%	6,55%	25,59%	3211,60	25,41%	24,57%	50,02%
2010	3692,50	21,27%	25,41%	53,31%	7,20%	6,37%	25,39%	3511,20	27,35%	24,14%	48,52%

* Инструменты государственного регулирования международного рынка услуг

- * установление максимального уровня иностранных инвестиций в конкретный сектор услуг;
- * регламентация правил учреждения и деятельности иностранных компаний;
- * ограничения количества иностранных представительств, доли иностранного капитала в капитале отечественных компаний, численность иностранного персонала;
- * введение квот на специфическую продукцию, воплощенные услуги либо ограничение суммы иностранной валюты, предоставляемой для импорта услуг;

* Инструменты государственного регулирования международного рынка услуг

- * установление предварительных тарифов, дискриминационных налогов и минимальных цен на импортные услуги;
- * регламентация правил перевода финансовых средств за границу;
- * введение и усложнение правил оформления документов при выезде национальных поставщиков услуг за рубеж и при въезде иностранных поставщиков в данную страну.



Спасибо за внимание