# Оглавление

Введение 2

1. Международная торговля услугами – важнейший фактор интенсификации и глобализации экономики 4

2. Формирование региональных рынков услуг 11

3. Тенденции и перспективы участия России в международной торговле услугами 15

Заключение 20

Список использованной литературы 23

# Введение

Сегодня не только товары продаются на мировом рынке, но и услуги. Причем они занимают немалую часть. Под рынком услуг понимают следующие виды деятельности:

1) услуги, оказываемые в связи с международной торговлей. Они включают страхование, транспортные перевозки и т. д.;

2) услуги, которые непосредственно связаны с обменом технологиями: сотрудничество в технической сфере, капитальное строительство, управленческая деятельность;

3) путешествия людей, которые включают как туристические, так и деловые поездки;

4) расходы в банковской сфере, лизинг, платежи по доходам на капитал;

5) заработная плата и социальные расходы по отношению к иностранным рабочим.

Сейчас появляются все более новые виды международных услуг. Их доля в мировом ВВП увеличивается. Всего выделяют шесть групп услуг:

1) строительство и коммунальные услуги;

2) торговля (как оптовая, так и розничная), гостиничный бизнес, рестораны, туристические базы;

3) транспортные услуги (по отношению к товарам или людям), хранение, услуги связи, посредничество в финансовой сфере;

4) оборона государства и социальные услуги;

5) образование, здравоохранение и работы, носящие общественный характер;

6) другие коммунальные, социальные и личные услуги. В последнее время все более уверенно на мировом рынке развиваются информационные и консалтинговые услуги.

В связи с тем что услуги – это особый объект торговли, они не фиксируются таможенными службами, так как редко пересекают таможенную границу. Платежи осуществляются, как правило, через коммерческие учреждения. Существует классификация мировой торговли услугами в зависимости от способа поставки:

1) трансграничная торговля;

2) потребление человеком (фирмой) услуги за рубежом;

3) учреждение коммерческого присутствия на территории той страны, где оказывается услуга;

4) перемещение производителя услуги – физического лица – в другую страну с целью оказания услуги.

Если говорить о странах, которые являются экспортерами услуг, то следует отметить, что все они – экономически развитые.

**Цель исследования** – рассмотреть масштабы, структуру и значение международной торговли услугами.

**Задачи исследования**:

1. Изучить международную торговлю услугами как важнейший фактор интенсификации и глобализации экономики.
2. Проанализировать формирование региональных рынков услуг.
3. Определить тенденции и перспективы участия России в международной торговле услугами.

**Объект исследования** – основополагающие характеристики международной торговли. **Предмет исследования** - определение масштабов и значения международной торговли услугами.

**Структура работы**: работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

**Теоретической основой** данной работы послужили работы таких авторов, как: Гагаринов В.И., Седов К.С., Романеева Е.В., Титова А.А. и других.

# 1. Международная торговля услугами – важнейший фактор интенсификации и глобализации экономики

В современной статистике сектор услуг противопоставляется двум другим секторам - промышленности и сельскому хозяйству; иногда используется и более мелкое деление, например промышленность делят на собственно промышленность (т.е. перерабатывающие предприятия) и деятельность по добыче природных ресурсов - тем не менее сектор услуг и при таком более мелком делении признается достойным отдельного статуса[[1]](#footnote-1).

Прежде чем мы сможем понять, что же такого отдельного в этом статусе, необходимо для начала определить, что же такое услуги и чем они отличаются от других направлений экономической деятельности.

Одно из распространенных определений восходит к Адаму Смиту, и состоит в том, что услуги представляют собой "неосязаемые" товары, потребляемые и исчезающие непосредственно в момент производства. Эта "неосязаемость" привела Адама Смита к выводу, что услуги не имеют долгосрочной экономической ценности и не заслуживают серьезного экономического рассмотрения[[2]](#footnote-2).

В соответствии с этой доктриной, непосредственно заимствованной марксизмом у классиков политэкономии, в советской статистике услуги считались вспомогательным сектором экономики. В статистике услуг учитывались только услуги населению, а услуги, оказываемые промышленным предприятиям и имеющие непосредственное и несомненное отношение к производству "долгосрочных экономических ценностей" - такие, как транспорт - либо считались частью производственного процесса, либо самостоятельными отраслями.

Данное определение неудовлетворительно; оно могло бы казаться убедительным во времена Адама Смита, но вряд ли приемлемо в наше время. Так, результат услуги по разработке программного обеспечения под заказ вовсе не исчезает в момент поставки заказчику (разумеется, если услуга была оказана с должным качеством) и, разумеется, имеет долгосрочную экономическую ценность. Также было бы очень сложно, не погрешив против здравого смысла и школьного курса физики, определить "неосязаемый товар" так, чтобы услуги электросвязи оказывались "неосязаемыми", а силовая электроэнергия - "осязаемым" товаром[[3]](#footnote-3).

Значительно более удовлетворительное определение может быть получено, если мы уточним, что такое противоположность услуге - торговля товарами. А именно, при товарном обмене стороны обмениваются некоторыми "осязаемыми" объектами, товарами. В наше время одним из этих товаров обычно являются деньги. При этом - как, например, при продаже недвижимости или при безналичном денежном расчете - обмена самими этими объектами может не происходить. То, что передается на самом деле - это право собственности на объекты. Говоря короче, товар - это то, что является собственностью. Соответственно, услуга - это то, что собственностью не является и/или являться не может.

Предоставление услуги, таким образом - это контракт, в котором одна из сторон (реже - обе) предоставляет другой нечто, что не является предметом собственности, но по той или иной причине ценно для этой другой стороны. Нередко при предоставлении услуги все-таки происходит обмен предметами собственности - так, программное обеспечение может поставляться на CD-ROM. Точное определение, таким образом, требует оговорки, что услуга - это контракт, в котором цена передаваемых объектов собственности (если такие объекты вообще существуют) мала по сравнению с полной суммой контракта.

Такое определение гораздо лучше, чем предыдущее, согласуется со здравым смыслом и с тем, что обычно подразумевают под "услугой", хотя и это определение оставляет спорные и "серые" зоны. Так, если мы признаем понятие интеллектуальной собственности, то некоторые, а то и все информационные услуги в действительности оказываются товарообменом. На практике, информационные услуги, например юридические или НИОКР, все-таки относят именно к услугам (хотя, разумеется, сам по себе этот факт вряд ли может служить аргументом против понятия интеллектуальной собственности).

Серой зоной по прежнему оказывается электроэнергетика; действительно, электроэнергия обычно не считается собственностью (одной из причин этого может быть тот факт, что один киловатт-час электроэнергии физически ничем не отличается от другого киловатт-часа); с другой стороны, электроэнергия в определенном смысле таки похожа на другие объекты собственности, а именно - в силу закона сохранения энергии, если у кого-то прибавился киловатт-час, то где-то (не обязательно, но возможно, что у кого-то) один киловатт-час энергии (не обязательно электрической) должен был убавиться[[4]](#footnote-4).

Еще одной серой зоной оказывается разграничение между производством услуг и арендой собственности, например между транспортной услугой и арендой транспортного средства. Поскольку многие современные услуги относительно капиталоемки, доля арендных или амортизационных платежей в себестоимости таких услуг может быть значительной, и вообще вопрос о таком разграничении часто оказывается довольно сложным. На практике основным разграничительным принципом оказывается следующее: если контракт предусматривает одну только передачу собственности во временное пользование, то это аренда. Если контракт предусматривает участие владельца арендуемой собственности или нанятых им работников в эксплуатации арендуемого объекта, то это услуга[[5]](#footnote-5).

В соответствии с этим принципом, если я беру напрокат машину и вожу ее сам - это аренда. Если я нанимаю машину с водителем, то это транспортная услуга. Если я снимаю квартиру и сам делаю в ней уборку и даже мелкий ремонт - это аренда, если же я проживаю в гостинице, где уборкой занимается наемный персонал - это услуга.

Таким образом, производство услуг подразумевает непосредственное участие в процессе производства самого поставщика услуги или нанятых им работников. В частности именно поэтому можно утверждать, что услуги - при прочих равных условиях - должны быть более трудоемки, чем "материальные" производства.

Международная торговля услугами по сравнению с торговлей товарами имеет следующие особенности:

* регулируется не на границе, а внутри страны соответствующими положениями внутреннего законодательства. Отсутствие или наличие факта пересечения услугой границы не может выступать критерием экспорта услуги (равно как и валюта, в которой эта услуга оплачивается);
* услуги не подлежат хранению. Они производятся и одновременно потребляются. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контрактах между их производителями и потребителями;
* производство и реализация услуг имеют большую государственную защиту, чем сфера материального производства и торговля. Транспорт, связь, финансовые и страховые услуги, наука, образование, здравоохранение во многих странах находятся в полной или частичной собственности государства или же под строгим его контролем;
* международная торговля услугами находится в тесной взаимосвязи с торговлей товарами и оказывает на нее сильное воздействие. Например, велико воздействие сферы услуг на торговлю наукоемкими товарами, требующую больших объемов технического обслуживания, информационных и различных консультационных услуг;
* не все виды услуг в отличие от товаров могут являться предметом торговли. Услуги, поступающие преимущественно в личное потребление, не могут быть вовлечены в международный хозяйственный оборот[[6]](#footnote-6).

Ключевым, в торговле услугами является то, что в большинстве случаев в какой-то момент должно произойти физическое соприкосновение покупателя и продавца услуги. Только в этом случае сделка международной купли-продажи услуги состоится. Существует несколько механизмов совершения сделок по международной торговле услугами:

* Мобильность покупателя. Покупатели услуг, являющиеся резидентами одной страны, приезжают к продавцу услуг, являющемуся резидентом другой страны. Мобильность покупателя обычно основана на том, 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 продавца. Продавец услуг, являющийся резидентом одной страны, приезжает к покупателю услуг, являющемуся резидентом другой страны. Мобильность продавца обычно основана либо на том, что его получатель находится за рубежом и не может переместиться к продавцу (аудиторские и бухгалтерские услуги для предприятий), либо на специфическом Тракторе самой услуги (строительство).
* Одновременная мобильность продавца и покупателя или мобильный характер самой услуги. И продавец, и покупатель либо одновременно совместно используют услугу (международный телефонный разговор), либо собираются в третьей стране (международная конференция), либо продавец оказывает покупателю услугу через представительство в третьей стране (командирование иностранных специалистов из московского представительства Всемирного банка в страны СНГ для оказания технической помощи).

Международная статистика свидетельствует о том, что торговля услугами является одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства.

Причины такого роста весьма разнообразны. Резкое снижение транспортных издержек увеличило степень мобильности производителей и потребителей услуг; новые формы и средства спутниковой связи и видеотехники в ряде случаев позволяют вообще отказаться от личного контакта продавца и покупателя. Технологический процесс позволил увеличить спрос на те услуги, которые раньше имели товарную форму. Это относится к финансовым услугам, услугам банков, страховых фирм[[7]](#footnote-7).

Существуют определенные трудности при статистическом учете объемов предоставляемых услуг. Трудность подсчета связана с тем, что, как правило, услуги предоставляются в комплекте с товарами. Причем, стоимость услуги зачастую составляет значительную долю цены товара. Часто услуги фигурируют во внутрифирменном обмене. В таком случае выразить и определить их стоимость зачастую оказывается невозможно, поскольку на эти виды услуг вообще нет рынка. В некоторых случаях отделение услуги от товара оказывается невозможным (например, лечение больного при помощи лекарств).

Из статистического отчета «выпадают» доходы по банковским и страховым операциям, если они реинвестированы в той же стране, в которой были получены.

В связи с этим, по мнению ряда ученых, официальная статистика платежного баланса, в которой указывается ежегодный оборот по статье «услуги» не может дать точного представления о масштабах международной торговли услугами, величина которых, по мнению ряда экспертов, оказывается заниженной на 40-50%.

Географическое распределение торговли услугами, предоставляемых отдельными странами, отличается крайней неравномерностью в пользу развитых государств.

На мировом рынке услуг в настоящее время доминируют восемь ведущих стран, на которые приходится более 50% экспорта и импорта услуг. Доля первой пятерки составляет около 40% экспорта. При этом на четыре страны: США, Великобританию, ФРГ, Францию приходится более 35% всего мирового экспорта услуг[[8]](#footnote-8).

Для развивающихся стран характерно наличие отрицательного сальдо во внешней торговле услугами, в то время как некоторые из них являются крупными экспортерами услуг. Так, например, Республика Корея специализируется на инженерно - консультационных и строительных услугах, Мексика на туристических, Сингапур является крупным финансовым центром. Многие мелкие островные государства основную часть экспортных доходов получают за счет туризма.

Что касается России, других государств СНГ и стран Балтии, то хотя они и обладают потенциальными резервами для развития туризма, транспортных услуг (организуют морские перевозки), их широкому экспорту мешает слабая материальная база также, как и недостатки хозяйственного механизма. Со своей стороны западноевропейские страны высокое качество своих услуг дополняют применением широкого спектра ограничений на использование иностранных услуг, в том числе и из стран СНГ[[9]](#footnote-9).

Если говорить о распределении стоимости услуг по отдельным видам, то наибольшее значение в мировой торговле услугами имеют туризм и транспорт. Самый большой в мире торговый флот принадлежит Японии, за ней следуют Великобритания, ФРГ и Норвегия. Судоходство составляет 50% экспорта услуг этой страны. На рынке грузовых и пассажирских транспортных услуг доминируют США, за ними идут Великобритания, Франция. Они же удерживают пальму первенства в сфере иностранного туризма. Большой объем туристических услуг оказывает Франция, Италия, Канада, Швейцария, где туризм приносит 40-50% экспортной выручки.

Для Турции, Испании и ряда средиземноморских государств большое значение имеет экспорт рабочей силы в виде выезда неквалифицированных рабочих на заработки.

# 

# 2. Формирование региональных рынков услуг

На практике, политика регулирования международного рынка услуг оказывается тесно связана с политикой регулирования на соответствующих внутренних рынках.

Наиболее распространенной и наиболее очевидной формой такой связи является сочетание лицензионной и/или антимонопольной политики на внутреннем рынке с протекционистской политикой на внешнем рынке. Действительно, как показано в обзоре Антимонопольное законодательство и международная торговля, антимонопольная политика на практике оказывается политикой защиты некоторых предприятий, действующих на внутреннем рынке, от конкурентов.

Разумеется, такая защита не может быть эффективна, если зарубежные конкуренты имеют свободный доступ на внутренний рынок. Также разумеется, если антимонопольные или лицензионные регулятивы принимались под давлением отраслевого лобби, то у этого лобби хватит политического влияния также и на то, чтобы продавить протекционистские меры.

Распространенным примером такой политики является сочетание лицензий права занятия медицинской практикой в сочетании с отказом признавать дипломы иммигрантов - многие обладатели советских врачебных дипломов столкнулись с этой проблемой при эмиграции в США[[10]](#footnote-10).

В ряде случаев, особенно когда соответствующий сегмент внутреннего рынка жестко зарегулирован, внешний рынок используется как "предохранительный клапан" для компенсации возникающих на внутреннем рынке диспропорций, избытков и дефицитов. Слова о "предохранительном клапане", разумеется, не встречаются открытым текстом в официальных документах и политических дебатах, но исследователи нередко их используют.

В некоторых случаях внутреннее регулирование прямо способствуют росту международного рынка услуг. Так, рост ITES (IT-enabled services, обеспечиваемые информационными технологиями услуги) индустрии в Индии обусловлен более низкой средняя зарплатой (особенно для малоквалифицированных работников) и более низкой стоимостью аренды помещений в Индии по сравнению с развитыми странами. Частично такая разница обусловлена "объективными" факторами, а именно более низкой производительностью труда в Индии (как средней, так и маргинальной).

Однако существуют и другие факторы, действующие в том же направлении, а именно, трудовое законодательство развитых стран (в первую очередь законы о минимальной оплате труда, особенно актуальные в низкооплачиваемых сегментах рынка труда), налоговая политика и правила торговли и аренды недвижимости, в первую очередь правила зонирования, которые ограничивают предложение офисных помещений и - в соответствии с законами рынка - приводят к росту цен на такие помещения[[11]](#footnote-11).

Приемы регулирования внутреннего рынка услуг включают в себя:

1. Обязательную сертификацию и лицензирование.

2. Принятие специальных законов и даже кодексов, регулирующих отдельные отрасли (особенно финансы, здравоохранение или образование).

3. Создание специальных регулирующих ведомств, имеющих право устанавливать собственные регулятивы в виде подзаконных актов, и иногда получающих статус министерств.

4. Различные меры, обеспечивающие и узаконивающие деятельность отраслевых профсоюзов.

5. Прямое регулирование условий труда и заработной платы.

6. Установление юридических и фактических монополий, картелей, цехов и т.д.

7. Антимонопольное и антидемпинговое законодательство.

8. Прямое регулирование номенклатуры и качества предоставляемых услуг.

9. Прямое регулирование цен.

10. Субсидирование, как прямое, так и косвенное. С небольшой натяжкой к этой же категории регулирования можно отнести налоговые льготы.

11. Разнообразные регулятивы, призванные прекратить или хотя бы сократить нецелевое (что бы под этим ни подразумевалось) использование субсидируемых услуг, в том числе экспорт субсидируемых услуг или товаров (или других услуг) производимых с их помощью. Далее мы будем для краткости называть это явление "экспортом субсидий". Через этот механизм нередко регулирование "перетекает" в отрасли, технологически связанные с регулируемой - например, зарегулированная медицина приводит к регулированию медицинского образования.

12. Национализацию и другие формы огосударствления; так, городской транспорт во многих странах принадлежит муниципалитетам.

13. Планово-убыточные национализированные или муниципальные предприятия - сочетание субсидирования и национализации; любопытно, что в это состояние отрасль может приходить по двум траекториям: когда субсидирование предшествует национализации либо когда сначала происходит национализация прибыльных предприятий, затем национализированные предприятия становятся убыточными, и, наконец, факт убыточности оказывается всеми признан, для всех привычен и прописан в бюджет отдельной строкой.

14. Бесплатные услуги, оказываемые планово-убыточными - "бюджетными" - государственными предприятиями.

Теоретическое обоснование этих мер отличается большим разнообразием. Во многих случаях речь идет об откровенном подкупе избирателей - например, когда субсидируемое здравоохранение называют "социальным завоеванием" - либо о столь же откровенном удовлетворении требований отраслевых лоббистов.

Нередко в защиту жестких приемов регулирования выдвигаются и более убедительные соображения - как "чисто прагматические", например вопросы качества услуг или безопасности, так и теоретические - например, теории "естественной монополии" (для установления монополий, чаще всего транспортных и телекоммуникационных), "равных стартовых условий" (для субсидирования образования), "общественного блага" (для субсидирования транспорта или эпидемиологической медицины).

Нередко сильная зарегулированность отдельных отраслей вообще не имеет никакого убедительного объяснения и оказывается простым исторически сложившимся результатом явления, известного как "эффект храповика" (ratchet-wheel effect, в русскоязычной литературе это явление иногда также называют "порочным кругом"), когда негативные последствия ранее введенных регулятивов пытаются преодолеть новым регулированием, а не отменой этих самых ранее введенных регулятивов[[12]](#footnote-12).

Так, неразумная лицензионная политика приводит к картелизации рынка, повышению цен и сокращению предложения; это пытаются преодолеть субсидированием; затем возникают вопросы о коррупции при распределении субсидий и/или их нецелевом использовании (или просто скрытом перераспределении) и отрасль национализируют. Как уже отмечалось, иногда субсидирование начинается уже после национализации.

# 3. Тенденции и перспективы участия России в международной торговле услугами

Позиции России в международной торговле услугами в целом в настоящее время, в силу ряда объективных причин и ее исторического прошлого, относительно слабые (уступают позициям в международном товарообороте) и не позволяют в полной мере реализовать экономические преимущества этой торговли. Вместе с тем, потенциал сферы услуг в нашей стране, базирующийся прежде всего на высококвалифицированных кадрах, представляется существенным.

Поставка Россией услуг за границу может рассматриваться как перспективная область ее внешнеэкономических связей и как источник увеличения валютных доходов. Эта область торговли заслуживает приоритетного внимания, направленного на установление оптимальных условий для динамичного роста. Услуги иностранных поставщиков России могли бы стать одним из главных факторов ускорения развития отечественных производительных сил при условии, что структура поставляемых услуг будет в большей степени сориентирована на подъем экономики, как и в других странах Запада, а на российском внутреннем рынке будет поддерживаться устойчивый баланс интересов между отечественными и иностранными поставщиками услуг, максимально удовлетворяющий потребителей и обеспечивающий полноценную конкурентную среду. Такой баланс обычно достигается сочетанием частичной либерализации торговли с временным применением протекционистских мер[[13]](#footnote-13).

Общую линию российской политики в регулировании международной невидимой торговли следует, на наш взгляд, строить исходя из того, что темпы и степень перехода отечественного хозяйства на постиндустриальную ступень развития во многом зависят от расширения масштабов потребления субъектами экономики конкурентоспособных по качеству и цене услуг – как отечественных, так и импортных. В этой связи в большинстве случаев экономически неоправданны попытки безоговорочной протекционистской защиты позиций недостаточно конкуренто-способных отечественных продуцентов сервиса на внутреннем рынке страны. Исключения могут быть связаны, на наш взгляд, с жестким регулированием и целенаправленным ограничением невидимого импорта в конкретных сегментах (реже – секторах) третичной сферы и ограничены условиями, когда: такой импорт наносит ущерб жизни, здоровью, нравственности населения, нарушает законные права третьих лиц либо создает очевидные угрозы безопасности страны, в том числе экономической; отечественные продуценты соответствующих услуг имеют реальные возможности в сжатые, например не превышающие 3-5 лет, сроки выйти на качественные и ценовые параметры предложения своего сервиса, не уступающие тем, что достигнуты иностранными конкурентами.

Конкретное определение тех сегментов российской сферы услуг, в которых на протяжении указанных переходных периодов имеет смысл ограничивать невидимый импорт, естественно, требует всесторонней, предельно тщательной проработки. Она должна охватить сопоставление параметров конкурентоспособности отечественных и импортных услуг, а также разбор сказывающихся на них факторов, включая влияние особенностей российского налогового режима, цены кредита на российском рынке, возможности выигрыша за счет более низких ставок оплаты труда и т. п., и наконец, реалистичную оценку возможностей укрепления конкурентоспособности отечественных услуг, необходимых для этого условий и сроков[[14]](#footnote-14).

Отобранным на этой основе перспективным «селективным», «инфантным» сегментам отечественного выпуска услуг необходима, как правило, определенная поддержка со стороны государства на протяжении установленных для них переходных периодов, не превышающих 3-5 лет. Ее содержанием могут быть, главным образом, меры, позволяющие нейтрализовать или минимизировать влияние упоминавшихся выше отрицательных особенностей инвестиционного и экономического климата в стране на конкурентоспособность выпускаемых услуг. При этом целесообразно заранее определить и вслед за тем выдерживать графики постепенного, ступенчатого свертывания такой поддержки, а также наладить серьезный контроль за ее целевым использованием и результативностью. Заметим, что с учетом положений инвестиционного законодательства России поддержка такого рода, видимо, может быть предоставлена и иностранным продуцентам, вложившим капитал в те или иные секторы российской третичной сферы.

Экономические реформы в Российской Федерации привели не только к активизации развития традиционных отраслей, но и созданию новых видов услуг (аудиторские, консалтинговые, компьютерные, бухгалтерские, услуги по проведению операций на рынке недвижимости, услуги в области рекламы, по подбору персонала, частной охранной деятельности и другие). Однако в целом российская индустрия услуг характеризуется все еще как нарождающаяся – infant industry. Это состояние требует продуманного подхода к стратегии развития и регулирования отраслей услуг с учетом соблюдения баланса интересов иностранных и отечественных поставщиков в тех или иных секторах услуг: с одной стороны следует обеспечивать защиту интересов российских поставщиков а, с другой стороны, создавать конкурентную среду с участием иностранных поставщиков на рынках услуг, что ведет в конечном итоге к стимулированию деятельности российских участников рынка[[15]](#footnote-15).

Важное значение имеет дальнейшее совершенствование транспортных, телекоммуникационных, финансовых услуг, которые являются основой инфраструктуры всей экономики. Многие из секторов услуг (например, туристические, юридические, консультационные), не требуя больших капиталовложений, являются фактором социальной стабильности, обеспечивая создание рабочих мест в стране. Другие сектора, такие как строительство, не только создают рабочие места, но и через систему межотраслевых связей стимулируют развитие широкого круга секторов промышленности. Важное социальное значение имеют такие сектора услуг, как здравоохранение, образование, социальное страхование, услуги по организации досуга. Ряд секторов услуг связаны с наиболее передовыми в научно-техническом отношении областями, например, компьютерные услуги, услуги космических запусков и т.д.

Важным фактором, влияющим на развитие российской сферы услуг, является характеристика трудовых ресурсов. В этом отношении третичный сектор экономики обладает неплохими потенциальными возможностями: сравнительно низкая стоимость рабочей силы, что особенно важно для трудоемких услуг; в целом высокий образовательный уровень рабочей силы; способность оперативно приспосабливаться к требованиям экономической среды, проявлять инициативу и творческий подход.

В настоящий момент в России имеются пробелы в отношении статистического учета услуг как во внутреннем производстве, так и во внешней торговле (особенно в отношении географической структуры экспортных и импортных потоков отраслей услуг). Есть проблемы с классификацией услуг. Так, тормозом развития практической деятельности операторов рынка услуг является разнобой в отнесении тех или иных видов услуг к экспортно-импортным операциям. Имеется необходимость и уже ведется работа по составлению общероссийского классификатора видов экономической деятельности по товарам и услугам, адаптированного к международной классификационной системе.

При успешном преодолении кризиса в экономике России должны коренным образом измениться и действующие на общенациональном уровне условия воспроизводства, включая устранение дефицита платежеспособного спроса и нехватки инвестиционных ресурсов, снижение тяжелых ставок налогообложения и уровня заемного процента, стабилизацию валютного курса. Тогда отпадет необходимость в селективной поддержке государством отдельных перспективных сегментов отечественной сферы услуг, потеряют остроту и проблемы экономической безопасности страны. Россия получит возможность устойчивого расширения выпуска и реализации сервиса. Она может рассчитывать на существенный рост поставок зарубежным потребителям ряда конкурентоспособных на международных рынках видов отечественных услуг при одновременном экономически оправданном расширении сбыта таких в широком смысле слова «импортозамещающих» услуг отечественным потребителям. В то же время будет расти и российский импорт услуг. Все это сформировало бы предпосылки продвижения к тем целям, которые, на наш взгляд, стоят перед Россией в области международной торговли услугами и охватывают: укрепление конкурентоспособности выпускаемых в стране импортозамещающих и экспортных услуг, ее подтягивание к международному уровню; модернизацию на этой основе видовой структуры российского экспорта и импорта услуг; рост масштабов невидимого экспорта, а также импорта высококлассных услуг; существенное сокращение либо устранение формирующегося в невидимой торговле страны пассивного сальдо платежей.

# Заключение

Общеизвестен факт, что на протяжении всего XX века сектор услуг рос опережающими темпами по сравнению с остальными секторами экономики. Наиболее заметна эта тенденция в развитых странах, в которых сектор услуг составляет от 60% до 80% ВВП - так что, возможно, вместо "индустриально развитых" эти страны было бы правильнее называть "сервисно развитыми". Напротив, в большинстве развивающихся стран доля сервисов в ВВП значительно меньше, а в беднейших странах часто составляет менее половины.

Услуги отличаются от товарного производства меньшей капиталоемкостью и большей трудоемкостью. Строго говоря, разница между секторами по этим параметрам меньше внутрисекторного разброса этих же параметров, но в среднем это утверждение справедливо.

Также известно, что в развивающихся странах, обычно из-за более низкой капиталовооруженности (но иногда также и из-за структурных и институциональных проблем, в частности из-за неразумной политики регулирования) производительность труда в целом ниже, чем в развитых странах, поэтому рабочие руки и ресурсы стоят дешевле. Поэтому в развивающихся странах сектор услуг (как внутренних, так экспортных) должен был бы расти опережающими темпами - не только по сравнению с производственными секторами, но и по сравнению с соответствующими секторами экономик развитых стран.

Исходя из этого соображения можно предположить, что структура экономик развитых и развивающихся стран должна была бы быть в точности обратной: сектор услуг должен преобладать в развивающихся странах. Для некоторых стран это справедливо; так, по данным CIA World Factbook, доля сектора услуг в ВВП Гонконга составляет более 90%. Но в среднем это не так. Это означает, что на практике мы сталкиваемся с более сильными противоположно направленными тенденциями, и наблюдаемые факты нуждаются в дополнительных объяснениях.

Объяснения опережающего роста сектора услуг многочисленны; среди них следует упомянуть:

1. "Экстернализацию" услуг, которые ранее оказывались по бартеру или в рамках сложных систем взаиморасчетов внутри домохозяйства или общины. Так, в примитивном обществе юридические услуги оказывает старейшина, а белье стирает жена, и это не может быть учтено в ВВП. Напротив, в современном обществе юридические услуги оказывает адвокат, а белье стирает прачечная - то и другое делается за деньги и учитывается в статистике ВВП.

В современных условиях большую роль также играет отчасти аналогичное явление, известное как outsourcing, когда предприятия передают функции, ранее исполнявшиеся их "затратообразующими" подразделениями, внешним компаниям. Например, вместо того, чтобы нанимать бухгалтера и платить ему зарплату, предприятие обращается к внешней бухгалтерской компании. Обычно это осуществляется с целью сокращения издержек и/или контроля над ними.

2. Высвобождение рабочих рук в результате повышения производительности труда в промышленности и сельском хозяйстве; в соответствии с законом Сэя, предложение равно спросу, поэтому сужение спроса на рабочие руки в промышленности, обусловленное повышением производительности труда, приводит к расширению или созданию предложения для других отраслей экономики. В действительности, здесь мы имеем дело с несколько более сложной причинно-следственной цепочкой; так, неясно, почему повышение производительности труда в промышленности обязательно приводит к высвобождению рабочих рук, а не к увеличению производства.

3. Появление целых отраслей, относящихся к сфере услуг, для которых в доиндустриальных и "классических" индустриальных обществах вообще нет аналогов - например, разработки программного обеспечения. Впрочем, это объяснение порождает тот же вопрос, что и предыдущее: ведь известно, что в "материальных" секторах экономики также возникло немало принципиально новых отраслей, то есть само по себе оно не может объяснить опережающего роста сферы услуг.

4. Так называемый "постиндустриальный переход"; впрочем, это понятие является не столько объяснением, сколько просто альтернативным описанием наблюдаемого явления. Тем не менее, понятие "постиндустриального перехода" часто оказывается основанием для выдачи политических рекомендаций, сводящихся к простому рассуждению: "в развитых странах сектор услуг растет опережающими темпами, поэтому если мы обеспечим опережающий рост сектора услуг в нашей стране, то она станет развитой".

В такой формулировке подобные рекомендации звучат как примитивное магическое мышление; разумеется, на практике подобные рекомендации используют более сложную и наукообразную аргументацию, опирающуюся на менее очевидные логические ошибки, поэтому часто они звучат намного убедительнее, но логический скелет этих рекомендаций именно таков.

# Список использованной литературы

1. Алексеев И.С. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009.
2. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В. К. Поспелова, С. В. Карпова. – М.: Академия, 2007.
3. Волков Г.Ю., Солодков Г.П. Международная торговля. – М.: Высшее образование, 2008.
4. Гагаринов В.И. Россия в международной торговле. – М.: АСА, 2007.
5. Дегтярева О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дело, Академия народного хозяйства, 2008.
6. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009.
7. Романеева Е.В., Титова А.А. Анализ современного состояния и перспектив международной торговли услугами как показателя конкурентоспособности услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2008. - № 3. - С. 233-244.
8. Руднева А.О. Международная торговля и мировые товарные рынки. – М.: Восток-Запад, 2009.
9. Седов К. С. Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. – М.: Экономика, 2006.
10. Сидорова Е.Ю. Международная торговля. Курс лекций. – М.: Экзамен, 2006.
11. Симионов Ю. Ф., Лыкова О. А. Международная экономика и международные экономические отношения. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.

1. Сидорова Е.Ю. Международная торговля. Курс лекций. – М.: Экзамен, 2006. – с. 31. [↑](#footnote-ref-1)
2. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009. – с. 72. [↑](#footnote-ref-2)
3. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В. К. Поспелова, С. В. Карпова. – М.: Академия, 2007. – с. 84. [↑](#footnote-ref-3)
4. Романеева Е.В., Титова А.А. Анализ современного состояния и перспектив международной торговли услугами как показателя конкурентоспособности услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2008. - № 3. - С. 233. [↑](#footnote-ref-4)
5. Волков Г.Ю., Солодков Г.П. Международная торговля. – М.: Высшее образование, 2008. – с. 83. [↑](#footnote-ref-5)
6. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В. К. Поспелова, С. В. Карпова. – М.: Академия, 2007. – с. 94. [↑](#footnote-ref-6)
7. Волков Г.Ю., Солодков Г.П. Международная торговля. – М.: Высшее образование, 2008. – с. 92. [↑](#footnote-ref-7)
8. Романеева Е.В., Титова А.А. Анализ современного состояния и перспектив международной торговли услугами как показателя конкурентоспособности услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2008. - № 3. - С. 235. [↑](#footnote-ref-8)
9. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В. К. Поспелова, С. В. Карпова. – М.: Академия, 2007. – с. 102. [↑](#footnote-ref-9)
10. Симионов Ю. Ф., Лыкова О. А. Международная экономика и международные экономические отношения. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. – с. 58. [↑](#footnote-ref-10)
11. Алексеев И.С. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дашков и Ко, 2009. – с. 115. [↑](#footnote-ref-11)
12. Руднева А.О. Международная торговля и мировые товарные рынки. – М.: Восток-Запад, 2009. – с. 75. [↑](#footnote-ref-12)
13. Гагаринов В.И. Россия в международной торговле. – М.: АСА, 2007. – с. 26. [↑](#footnote-ref-13)
14. Дегтярева О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Дело, Академия народного хозяйства, 2008. – с. 137. [↑](#footnote-ref-14)
15. Седов К.С. Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. – М.: Экономика, 2006. – с. 17. [↑](#footnote-ref-15)