
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ: ПОНЯТИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Цебекова Екатерина Петровна, канд. экон. наук, доц.
Жидков Евгений Владимирович, маг.

Воронежский государственный университет, Университетская пл. 1, Воронеж, Россия, 394018; e-mail: katarina.69@mail.ru; zhidkov_evgeny_17@mail.ru

Предмет: интенсивное развитие технологий в коммуникационной, транспортной, компьютерной сферах, распространение мировой сети Интернет и в общем построение цифровой экономики в особенности ставит на повестку дня выход стран на мировой рынок услуг. Экономика той страны, в которой наиболее развит третичный сектор, является самой передовой и конкурентоспособной, обладающей огромной перспективой к росту. Из этого можно заключить, что рынок услуг, как форма деловых операций, представляет собой ключевой критерий, который отражает способность государств обеспечивать стабильные темпы экономического роста и поддерживать высокий уровень благосостояния своих граждан. *Цель:* исследование содержания международной торговли услугами (МТУ): понятие, сущность, особенности, основные методы и принципы применения, а также факторы, влияющие на тенденцию развития мирового рынка услуг; их анализ. *Дизайн исследования:* в процессе достижения поставленных целей использовались методы научного познания: диалектический; анализа и синтеза. Исследование построено на изучении актуальной научной и периодической экономической литературы. *Результаты:* установлено, что международная торговля услугами является наиболее значимой частью мирохозяйственных связей. Современная международная торговля услугами быстро расширяется, оказывая все более существенное влияние на развитие национальной экономики и мирового хозяйства в целом: приобретает растущее значение в социальной жизни всех стран. Этот процесс является объективным следствием все возрастающих потребностей научно-технического прогресса и дальнейшего углубления разделения труда.

Ключевые слова: МТУ, форма мирохозяйственных связей, мировой рынок, методология.

DOI: 10.17308/meps/2078-9017/2023/5/143-152

Введение

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в настоящее время в условиях сложившейся рыночной системы экономики любая страна в той или иной степени помимо мирового рынка товаров, финансов, капитала и рабочей силы вступает во внешнеэкономические связи, оказывая разнообразные формы услуг. На сегодняшний момент в условиях всё более ускоряющихся процессов глобализации и интернационализации спрос на услуги неуклонно возрастает, тем самым и укрепляется международное экономическое сотрудничество государств. Всё это делает мировой рынок услуг одной из самых важных частей общемирового хозяйства.

Не менее важным моментом, относящимся к международной торговле услугами, является тот факт, что данная сфера обладает достаточно разноплановым и неоднородным характером. Это требует в настоящий момент тщательной проработки по отношению к унификации процесса торговли услугами между отдельными национальными экономиками.

Методы и результаты исследования

Теоретико-методологической основой исследования служат научные достижения ученых в области развития социально-экономических инноваций¹. В процессе исследования были использованы такие общенаучные методы, как формальная логика, анализ и синтез, обобщение, а также сравнение. В частности, синтез позволил выявить основные принципы, на которых базируется торговля услугами. Анализ и обобщение научной литературы, периодических изданий позволили нам определить проблемы и возможные варианты их решения в процессе МТУ. Сравнительные методы были использованы для формулирования основной научной гипотезы и выводов по результатам проведенного исследования, которое опирается на публикации ученых в монографической и периодической печати по изучаемым вопросам и проблемам.

Одним из ключевых понятий в мировой экономике является счёт текущих операций платёжного баланса, в котором находят отражение результаты внешнеторговой деятельности страны. Одной из статей данного раздела в платёжном балансе является торговля услугами. И сегодня, если сектор услуг занимает лидирующие позиции по сравнению с материальным производством, то страну считают экономически развитой. Всё это говорит о значимости торговли услугами и необходимости знать суть и содержание данного экономического явления.

И для того, чтобы дать определение международной торговли услугами, для начала следует разобраться в понятии «услуга».

Услуга – это хозяйственная деятельность, которая направлена на удовлетворение личных потребностей людей, домашних хозяйств, фирм, ассоциаций, организаций, и в целом потребностей общества в нематериально-вещественной форме, воплощающаяся в полезном эффекте, который получает потребитель.

¹ Алешина Л.Н. Международная торговля / Л.Н. Алешина. – М.: Златоуст, 2017. – 477 с.

Международная торговля услугами (МТУ) – это специфическая система обмена между странами различными видами услуг, т. е. эта та деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте для экономического субъекта другой страны.

Данный вид деятельности по сравнению с международной торговлей товарами имеет свою специфику, которая выражается в следующих особенностях:

- МТУ регулируется непосредственно внутри страны соответствующими положениями законодательства;
- услуги по своим свойствам не могут быть складированы и храниться, этапы их производства и потребления происходят одновременно;
- как правило, услуги подразумевают прямой контакт между их производителями и потребителями;
- в отличие от материального производства процесс производства и реализация услуг предусматривают значительную государственную защиту (транспортные, страховые, финансовые, банковские услуги, наука, образование, здравоохранение, услуги связи в большинстве стран мира полностью или частично принадлежат государству или же находятся под его строгим контролем);
- международная торговля услугами тесно взаимосвязана с торговлей товарами и оказывает на нее сильное воздействие (например, огромное влияние сектора услуг на продажу наукоемких товаров, которые требуют больших объемов технического обслуживания, информационных и различных консультационных услуг);
- не все виды услуг в отличие от товаров могут являться предметом торговли.

Всё выше сказанное даёт право говорить нам, что сущность МТУ заключается в том, что она является особой формой мирохозяйственных связей по обмену между странами таким специфическим товаром, как услуга. И данный вид деятельности представляет собой неотъемлемую часть международной торговли в целом.

Методы международной торговли услугами – это разнообразные виды взаимоотношений между субъектами двух и более стран по вопросам оказания услуг². Сегодня помимо самых распространённых методов международной торговли, операций по экспорту и импорту, можно выделить и множество других, которые имеют определённые особенности и свои положительные и отрицательные стороны.

Если отталкиваться от документации ВТО, то торговля услугами на международном рынке может быть осуществлена следующими методами:

1. Трансграничная поставка услуги, то есть из страны-члена ВТО на

² Бирюкова О.В. Регулирование международной торговли услугами. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 203 с.

территорию другой страны-члена ВТО. Здесь имеется в виду то, что границу пересекает только сама услуга и ни одна из сторон соглашения этого не делает.

На сегодняшний момент данный метод может быть представлен в виде передачи почтовой или электронной информации, что очень актуально в сфере туризма, медицины и прочих видов услуг. С развитием информационных технологий трансграничная поставка требует всё более тщательной проработки правовой и нормативной базы по обмену данными. Поэтому данный метод хоть и является достаточно удобным способом по обмену информацией, но имеет под собой риск быть перехваченной или искажённой³.

2. Клиент потребляет услугу за пределами своей страны, то есть границу пересекает только сам потребитель, а не услуга или продавец⁴.

Данный метод, иными словами, подразумевает, что потребитель выезжает на территорию другой страны для получения услуги. Примерами может выступить туристическая поездка, стажировка в иностранном вузе, обращение за медицинской помощью в зарубежных клиниках и другое.

3. Коммерческое присутствие является одним из самых популярных методов, который подразумевает, что одна из стран предоставляет услугу с помощью коммерческого присутствия на территории другой страны.

Продавец услуг пересекает границу страны, в которой хочет продвигать свои услуги на данном рынке. Путём организации дочерней компании эта фирма оказывает услуги гражданам иностранного государства, находясь на его территории. Данный метод по своей стоимости является самым опережающим среди остальных.

4. Передвижение физических лиц, предоставляющих услуги, на территорию той страны, где они собираются предоставлять продукты своего труда.

Физические лица предоставляют свои услуги самостоятельно или в рамках работы иностранной фирмы. Передвижение физических лиц на территории зарубежных государств является свободным, поскольку происходит формирование открытого и свободного от всякого рода препятствий мирового рынка рабочей силы. Но к сегодняшнему времени ни в одной стране нет такого положения по этому вопросу.

Все принципы ведения международной торговли услугами построены на основе генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС), распространяющегося на все страны-участницы ВТО.

Базовые положения ГАТС предусматривают регулирование торговыми режимами между странами, а также гласность и либерализацию торговли услугами. Какой-либо национальный режим должен основываться на том,

³ Буров А.С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг: учебное пособие для вузов / А.С. Буров. – М.: Изд. «Экзамен», 2014. – 156 с.

⁴ Абрамов В.Л. Мировая экономика: учебное пособие. / В.Л. Абрамов. – М.: Дашков и К, 2015. – 312 с.

что все условия функционирования иностранных поставщиков услуг и национальных будут равными. Всё это означает отмену всякого рода ограничений и дискриминации между участниками этого соглашения.

В данном соглашении прописаны следующие принципы и обязательства государств-членов ВТО по вопросам международной торговли услугами:

- режим наибольшего благоприятствования (РНБ). Этот пункт соглашения говорит о том, что любая страна-участница ВТО обязана незамедлительно и без каких-либо условий обеспечивать другой стране-участнице ВТО режим, являющийся не менее благоприятным, чем тот, который она обеспечивает иной стране, независимо от того, что эта страна является членом ВТО или нет⁵;
- транспарентность регулирования торговли услугами. Данный принцип реализуется на практике и проявляется в таких элементах как требования, которые заключаются в предоставлении доступа заинтересованных лиц к законодательству страны; требования, которые касаются уведомлений странами-членами ВТО друг друга о вопросах своих особенностей торговой политики; функционирование так называемых точек, которые предоставляют всю необходимую информацию заинтересованным лицам о торговой политике⁶.
- соблюдение принципа деятельности монопольного поставщика услуг, а также тех поставщиков, которые имеют исключительные права, полученные от органов власти. Страна-член ВТО обязана следить за тем, чтобы поставщик монопольной услуги соблюдал все требования по обеспечению РНБ и другие специфические обязательства.

Для того чтобы фирма-экспортёр услуг успешно функционировала и развивалась на зарубежном рынке, она должна выбрать для себя наиболее оптимальные методы и способы ведения торговли, отталкиваясь от тех целей, которые она перед собой ставит. А также осуществлять свою деятельность в соответствии с принципами ведения международной торговли услугами⁷.

Быстрые темпы развития третичного сектора зависят от разнообразных факторов, которые выступают движущими силами процесса реализации и продвижения услуг на мировом рынке. Основные классы факторов, отражающих развитие рынка услуг, представлены ниже.

⁵ Дюмулен И.И. Международная торговля услугами / И.И. Дюмулен. – М.: Экономика, 2020. – 468 с.

⁶ Захарова Н.В. Международная торговля услугами: основные тенденции, структура, перспективы развития / Захарова Н.В. – Нижневартовск: НГГУ, 2013 – 123 с.

⁷ Ивасенко А.Г. Мировая экономика: учебное пособие. / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – М.: КноРус, 2015. – 640 с.



Рис. 1. Факторы развития рынка услуг

Вся динамика развития международной торговли услугами определяется следующими основными факторами.

Урбанизация существенно влияет на демографическую и социально – экономическую структуру населения, его менталитет, стиль жизни, культурные особенности, что в свою очередь требует наличия и развития всё более новых секторов услуг, так как у людей расширяется круг их потребностей. За последние 50 лет темпы прироста городского населения увеличились в 10 раз, и в 2018 году доля городских жителей от всего населения планеты составила 55% (4,2 миллиарда человек). Всё это повлияло на развитие и структуру продаваемых услуг и величину совокупного спроса на них.

Значительную роль в развитии международного рынка услуг также играет рост благосостояния граждан, который выражается в увеличении дохода населения. Это приводит к возрастанию доли частной собственности и повышению качества жизни людей, что в свою очередь приводит всё к более плотной конкурентной борьбе на рынке и стимуляции развития третичного сектора.

Одним из ключевых факторов выступает развитие научно-технического прогресса. Создание всё более новых форм интернет-технологий и цифровых платформ, автоматизация производственных процессов результируется на возникновении новых видов услуг. Это связано с ростом возможностей, которые даёт потребителю Интернет: повышение доступности поиска, процесса заказа и доставки разнообразных видов услуг⁸.

⁸ Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного

Существенным фактором в обеспечении эффективного роста рынка услуг является система государственного регулирования. Органы государственной власти непосредственно влияют на структуру и качество предоставления услуг. Государство учреждает нормативно-правовые акты, которые регламентируют деятельность предприятий, предоставляющих услуги, что напрямую воздействует на развитие данной сферы и условия её функционирования. Также государство как фактор проявляется в том, что оно выступает одним из крупнейших потребителей услуг. Проводя различные тендеры по заключению контрактов по предоставлению услуг, которые требуют более высокой планки их качества, государство даёт стимул предприятиям, занятым в данной сфере, развиваться с более ускоренными темпами⁹.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что на динамику развития сферы торговли услугами влияет совокупность разнородных факторов.

На данный момент неоспоримым является тот факт, что и в современных реалиях, и в обозримом будущем рост спроса на услуги будет неуклонно возрастать в связи с усилением такого фактора, как ускорение научно-технического прогресса и рост эффективности производства.

Рост сферы услуг во многом определяется инвестированием в научно-исследовательские разработки и либеральной политикой в отношении компаний, занятых в области сервиса [4].

Для того чтобы выстроить эффективное рыночное хозяйство и быть конкурентоспособными на мировой арене, странам необходимо создавать инновационные системы, которые помогут создать крупномасштабный рынок услуг с развитым транспортом, финансовым, страховым и многими другими отраслями постиндустриальной экономики, отвечающие современным стандартам и нормам.

В то же время, либерализуя эту сферу, необходимо поддерживать баланс между интересами по защите своего внутреннего рынка и потребностью в инновациях для создания современной инфраструктуры. Ведь без крупномасштабной сферы услуг с развитым транспортом, связью, торговлей, финансово-кредитным и страховым секторами, комплексом деловых услуг, сферами образования и здравоохранения, отвечающим современным требованиям, страны не сумеют создать эффективное рыночное хозяйство и достойно войти в мировую экономику. Поэтому главной задачей для большинства стран на современном этапе перехода на рыночные основы и интеграции в мировое хозяйство должно стать ускорение развития сферы услуг.

Заключение

Подводя итог нашему исследованию, можно заключить, что международная торговля услугами является наиболее значимой частью мирохозяйственных связей, которой необходимо уделять самое пристальное внимание

бакалавриата / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин; под ред. Е.Ф. Прокушева. – 10-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 450 с.

⁹ Бирюкова О.В. Регулирование международной торговли услугами: учебник/ 2-е изд., 2018. – 208 с.

всем странам мира, вне зависимости от имеющихся средств для развития этой сферы.

Реализация поставленной в ходе исследования цели позволила решить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятия и сущности международной торговли.
2. Дать оценку классификации основных видов торговли услугами на мировом рынке.
3. Выявить современные методы и принципы ведения международной торговли.

Таким образом, мировой рынок услуг – важное явление современных международных экономических отношений, несмотря на то, что он находится еще в стадии активного формирования, которое происходит стремительными темпами.

Список источников

1. Балаева О.Н. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития // *Мировая экономика и международные отношения*, 2014, no. 3, с. 23-28.
2. Будилковская О.А. Современное состояние и структура международного рынка услуг / О.А. Будилковская, Т.Л. Баженова // *Вестник Оренбургского государственного университета*, 2012, no. 13(149), с. 49-55.
3. Бурменко Т.Д. Мировой рынок услуг: факторы и особенности развития // *Проблемы мировой экономики*, 2018, no. 6, с. 15-22.
4. Варавва М.Ю., Лазарева О.С., Развитие сферы услуг как условие формирования сервисной экономики в России // *Символ науки*, 2020, no. 4-1, с. 35-39.
5. Гринькевич А.В. Анализ международного разделения труда и положение России в нем // *Молодой ученый*, 2017, no. 26 (160), с. 110-114.
6. Киндалов В.В. Конкурентоспособность России на мировом рынке: сфера услуг / В.В. Киндалов, К.М. Федорова // *Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики*, 2014, no. 7(23), с. 335-340.
7. Михайленко А.А. Некоторые аспекты международной торговли услугами / А.А. Михайленко, Т.Л. Оганесян // *Теория и практика развития социокультурной сферы: сборник научных статей*, Краснодар, 19 марта 2015 года / Составитель и научный редактор Е.Б. Оселдчик. Выпуск 3. Краснодар, Краснодарский государственный университет культуры и искусств, 2015, с. 77-87.
8. Пиндюрина Е.А. Место России в международной торговле услугами мобильной связи // *Проблемы и перспективы современной науки*, 2014, no. 3, с. 166-172.
9. Романова Л.Е., Бабкин П.Ю. Определение эффективности корпоративного имиджа промышленного предприятия на основе оценки его конкурентоспособности // *Менеджмент в России и за рубежом*, 2013, no. 3, с. 98-105.
10. Туватова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе // *Маркетинг в России и за рубежом*, 2012, no. 3, 2012, с. 76-82.
11. Ханунов А.И. Основные направления глобализации рынка услуг в мировом хозяйственном комплексе // *Вестник Самарского финансово-экономического института*, 2012, no. 15, с. 4-10.
12. Челенков А.П. Маркетинг услуг: Макросреда индустрии сервиса // *Маркетинг*, 1997, no. 2, с. 108-116.

INTERNATIONAL TRADE IN SERVICES: CONCEPT, SPECIFIC FEATURES AND BASIC PRINCIPLES.

Tsebekova Ekaterina Petrovna, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Zhidkov Evgeny Vladimirovich, M.A.

Voronezh State University, University Sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail:
katarina.69@mail.ru; zhidkov_evgeny_17@mail.ru

Importance: intensive development of technologies in the communication, transport, computer fields, the spread of the world Internet and in general the construction of the digital economy in particular puts on the agenda the access of countries to the global services market. The economy of the country with the most developed tertiary sector is the most advanced and competitive, with great prospects for growth. From this we can conclude that the service market, as a form of business transactions, is a key criterion, which reflects the ability of states to ensure stable economic growth rates and maintain a high level of welfare for their citizens. *Purpose:* study of the content of international trade in services (ITS): the concept, essence, characteristics, basic methods and principles of application, as well as the factors, influencing the tendency of the world services market development; their analysis. *Research design:* In the process of achieving the objectives, the following methods of scientific knowledge were used: dialectical; analysis and synthesis. The research is built on the study of relevant scientific and periodic economic literature. *Results:* found that international trade in services is the most significant part of world economic relations. Modern international trade in services is rapidly expanding, having an increasingly significant impact on the development of national economies and the world economy as a whole: it is becoming increasingly important in the social life of all countries. This process is an objective consequence of the growing needs of scientific and technological progress and further deepening of the division of labor.

Keywords: ITC, form of world economic relations, world market, methodology.

References

1. Balaeva O.N. Sfera uslug v mirovoj jekonomike: tendencii razvitija. *Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija*, 2014, no. 3, pp. 23-28. (In Russ.)
2. Budilovskaja O.A. Sovremennoe sostojanie i struktura mezhdunarodnogo rynka uslug / O.A. Budilovskaja, T.L. Bazhenova. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, no. 13(149), pp. 49-55. (In Russ.)
3. Burmenko T.D. Mirovoj rynek uslug: factory i osobennosti razvitija. *Problemy mirovoj jekonomiki*, 2018, no. 6, pp.15-22. (In Russ.)
4. Varavva M.Ju., Lazareva O.S., Razvitie

sfery uslug kak uslovie formirovanija servisnoj jekonomiki v Rossii. *Simvol nauki*, 2020, no. 4-1, pp. 35-39. (In Russ.)

5. Grin'kevich A.V. Analiz mezhdunarodnogo razdelenija truda i polozhenie Rossii v nem. *Molodoj uchenyj*, 2017, no. 26 (160), pp. 110-114. (In Russ.)

6. Kindalov V.V. Konkurentosposobnost' Rossii na mirovom rynke: sfera uslug / V.V. Kindalov, K.M. Fedorova. *Mnogourovnevoe obshhestvennoe vosproizvodstvo: voprosy teorii i praktiki*, 2014, no. 7(23), pp. 335-340. (In Russ.)

7. Mihajlenko A.A. Nekotorye aspekty mezhdunarodnoj torgovli uslugami / A.A. Mihajlenko, T.L. Ogenesjan. *Teorija i praktika razvitija sociokul'turnoj sfery: sbornik nauchnyh statej*. Krasnodar, 19 marta 2015 goda / Sostavitel' i nauchnyj redaktor E.B. Oseledchik. Vyp. 3. Krasnodar, Krasnodarskij gosudarstvennyj universitet kul'tury i iskusstv, 2015, pp. 77-87. (In Russ.)

8. Pindjurina E.A. Mesto Rossii v mezhdunarodnoj torgovle uslugami mobil'noj svjazi. *Problemy i perspektivy sovremennoj nauki*, 2014, no. 3, pp. 166-172. (In Russ.)

9. Romanova L.E., Babkin P.Ju. Opredelenie jeffektivnosti korporativnogo imidzha promyshlennogo predpriyatija na osnove ocenki ego konkurentosposobnosti. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2013, no. 3, pp. 98-105. (In Russ.)

10. Tuvatova V.E. Problemy i perspektivy povyshenija kachestva uslug v gostinichnom biznese. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2012, no. 3, pp. 76-82. (In Russ.)

11. Hanunov A.I. Osnovnye napravlenija globalizacii rynka uslug v mirovom hozjajstvennom komplekse. *Vestnik Samarskogo finansovo-jekonomicheskogo instituta*, 2012, no. 15, pp. 4-10. (In Russ.)

12. Chelenkov A.P. Marketing uslug: Makrosreda industrii servisa. *Marketing*, 1997, no. 2, pp. 108-116. (In Russ.)