



Об особенностях финансовой поддержки экспорта услуг

А.А. Жаринов

Сфера услуг включает в себя большое количество различных форм деятельности, таких как перевозка товаров или услуг, финансовое посредничество, телекоммуникационные услуги, туристические, образовательные, медицинские, строительные и даже услуги в сфере культуры. Каждый из этих секторов занимает значительную долю в национальном доходе каждого государства. При этом их доля в валовом национальном продукте (ВВП) постепенно растёт. По оценке Международного торгового центра ООН¹ даже в развивающихся странах услуги формируют около трети ВВП, а в развитых еще больше – около 50%.

За последние 7 лет мировая торговля услугами развивалась достаточно активно. По данным Международного торгового центра,² среднегодовой темп роста мирового экспорта всех видов услуг за этот период составил 7,8%, что несколько ниже аналогичного показателя для экспорта товаров³. В 2009 году экспорт услуг достиг по оценке 3,2 трлн долл., при этом наибольшую часть в мировой торговле услугами составляют поездки, на которые приходится около 25% торговли. Прочими крупными составляющими частями являются транспортные услуги (23%), прочие деловые услуги (19%) и финансовые услуги (9%). На долю компьютерных и информационных услуг (ИКТ) приходится около 5% торговли, или около 105 млрд долл.

Спрос на услуги отличается большей эластичностью, чем на товары. Было отмечено, что при росте национального благосостояния спрос на такие виды услуг, как туризм, образование, медицинские услуги растёт более быстрыми темпами, чем на промышленные или сельскохозяйственные товары.

Другой важной особенностью этого сектора в настоящее время является увеличение доли аутсорсинга услуг. При этом данный вид

деятельности приводит к постепенному переносу большего объёма услуг из развитых в развивающиеся страны, которые в случае целенаправленной политики превращаются в крупных экспортёров специализированных форм услуг, например финансового процессинга, услуг бэк-офиса, разработки программ и других форм информационно-коммуникационных услуг, туризма, медицины или транспортных услуг.

Принято считать, что за развитием сектора ИКТ ввиду его огромного потенциала находится будущее. В условиях постоянного развития технологий многие страны получают хорошие возможности занять свою нишу на мировом рынке услуг и повысить свою общую конкурентоспособность в мировой экономике.

Важно отметить, что для рынка услуг, в отличие от рынка товаров, существуют определённые особенности. Некоторые виды услуг, как и товары, обладают ценностью сами по себе (например, медицинские услуги или услуги по проектированию). Многие другие услуги обладают ценностью только потому, что они встроены в цепочку производства и продажи товаров. Вместе с тем, в данном случае они могут оказывать ключевое влияние на возможность экспорта того или иного товара (например, послепродажное обслуживание комплектного оборудования).

Услуги сами по себе нематериальны и требуют в процессе своей продажи вовлечения продавца и покупателя. Учитывая эту природу услуг, их продажа оказывается гораздо сложнее, чем продажа товаров. В частности, это касается привлечения финансирования при осуществлении экспорта услуг, когда очень трудно предоставить материальное обеспечение под кредиты. Учитывая то, что стандартизация услуг является достаточно условным понятием, при осуществлении экспорта услуг тре-



буется вовлечение в процедуру продажи покупателя услуги и учёт его индивидуальных потребностей, а также межличностных и культурных особенностей.

Особенностью многих видов внешнеторговых операций является привлечение заёмного капитала для обеспечения финансирования сделки. Вместе с тем, для сектора услуг традиционные механизмы предоставления гарантий, экспортных кредитов или других форм финансового обеспечения не работают. Это объясняется существенным различием в понимании финансовыми учреждениями возможностей компаний, оказывающих услуги на мировом рынке, и реальными возможностями таких компаний. В этих условиях становится очевидной необходимость государства обеспечить посредничество и сближение позиций двух заинтересованных сторон.

Основным препятствием для развития экспортноориентированного сектора услуг является то, что банки готовы оказывать финансовую помощь преимущественно крупным и зарекомендовавшим себя компаниям, в то время как основной объём услуг оказывается небольшими компаниями. Так, по данным Всемирного Банка,⁴ для крупных компаний банки занимают около 22% в структуре их заёмного капитала, в то время как для небольших – только 5%. Кроме того, предоставление кредитов таким компаниям связано с рядом объективных опасностей и сложностей. Во-первых, банкам труднее оценить кредитоспособность таких заёмщиков из-за недостаточности информации о них на рынке. Во-вторых, прибыльность таких операций для банков недостаточно высока, что связано с высокими рисками и небольшими объёмами займов. В-третьих, жизнеспособность компаний очень сильно зависит от конъюнктуры рынков, а у компаний отсутствует какой-либо существенный страховочный капитал (обеспечение) в виде складских запасов или оборудования. Единственное, что могут предложить компании в виде обеспечения по своим кредитам – это их дебиторская задолженность.

Основной предпосылкой для поддержания и развития экспортного потенциала национального сектора услуг является создание стимулирующей среды, а также предоставление адекватной финансовой поддержки. Кроме того, очень важным оказывается необходи-

мость правильного государственного регулирования в смежных областях. Так, в сфере туристических услуг высокое налогообложение основных материальных активов – гостиниц, транспорта и проч. может очень сильно снизить прибыльность услуг и привлекательность в глазах потенциальных инвесторов.

В целом можно выделить ряд механизмов, которые могут быть задействованы для оказания поддержки экспортёрам услуг. Основной формой финансовой поддержки экспорта услуг является привлечение экспортных кредитов в том финансовом учреждении, с которым компания уже работает. В этом случае банк будет уже знаком с финансовым положением компании и ее кредитной историей. Обеспечением по кредиту в данном случае выступает дебиторская задолженность компании – т.е. ее будущие денежные поступления. Это является традиционной формой финансирования как экспорта товаров, так и услуг. Примером такой схемы является финансирование с 2005 года средних и малых предприятий (СМП) в Сингапуре – SME ACCESS⁵, которое осуществляется Сингапурским советом по развитию торговли совместно с банком DBS Bank. Ежегодный объём кредитного портфеля на эти цели определён в размере около 430 млн долл. При этом возможно привлечение кредитов для целей пополнения оборотного капитала, покупки коммерческой или промышленной недвижимости за рубежом, для лизинга оборудования.

Учитывая то, что предоставление кредитов небольшим компаниям с короткой кредитной историей для обеспечения экспорта услуг сопряжено с высокими для банков рисками, возможно применение для банковских учреждений т.н. схем софинансирования. Данный подход уже применяется Экспортно-импортными банками совместно с агентствами по кредитованию экспорта в ряде стран (например, на Филиппинах и во Франции), в ситуациях, когда в сделке участвуют несколько фирм из двух и более стран. Суть данного механизма заключается в том, что компания-экспортёр и его партнёры из-за рубежа обращаются к одному-единственному посреднику – например, агентству по кредитованию экспорта в одной из стран, которое предоставляет экспортный кредит, гарантирование или страхование на всю сумму сделки. Впоследствии агентство осуществляет передачу части обязательств по дан-



ной сделке другим финансовым учреждениям в странах-партнёрах. За счёт разделения ответственности между несколькими банками или агентствами обеспечивается приемлемый уровень риска, делающий инструменты экспортного финансирования более доступными. Данный механизм приемлем для компаний, у которых есть стратегические партнёры в странах с развитой системой поддержки экспорта (при экспорте в третьи страны), а также в случае таких форм сотрудничества, как франчайзинг или совместное участие в проектах.

Другой формой поддержки экспортёров услуг является предоставление страховых полисов агентствами по страхованию экспортных кредитов или эксимбанками. Постепенно оказание услуг включается в перечень контрактов, по которым можно получить страхование. Примером является выдача страховых полисов при аутсорсинге бизнес-процессов на Филиппинах⁶. Агентство Филиппин по экспортно-импортному кредитованию выдаёт полисы отечественным компаниям по коммерческому и политическому рискам неплатежа. При этом, до 20% суммы страхования перестраховывается в СОFАСЕ. Таким образом, филиппинские компании получают возможность оказывать услуги в кредит, не боясь невыплат или выгодно переуступить свою задолженность какому-нибудь финансовому учреждению.

По мнению специалистов Международного торгового центра ООН,⁷ факторинг может стать действенным механизмом финансовой помощи компаниям, оказывающим услуги на международном рынке. Например, факторинг может оказаться выгодным для небольших компаний, которые не могут содержать внутренние подразделения по урегулированию долгов. Кроме того, такая форма финансирования отличается высокой оперативностью, что является большой необходимостью для многих молодых компаний. Однако применение таких механизмов в отношении внешнеторговых сделок требует достаточного развития соответствующего сегмента финансового рынка внутри страны, т.к. покупка прав требования подразумевает высокую специализацию в области оценки зарубежных компаний.

Отдельной формой финансирования экспорта услуг является предоставление экспортных гарантий, которые могут выступать формой обеспечения при рассмотрении заявки на по-

лучение кредита. Обычно предоставление гарантий происходит двумя способами. В первом случае, заёмщик или кредитор после достижения договорённости о выдаче кредита обращается в агентство по гарантированию экспортных кредитов. Во втором – гарантия получается до фактических переговоров по кредиту. Данный инструмент (гарантирование) достаточно распространён в ЮВА – регионе, где широко применяется аутсорсинг бизнес-процессов. Так, например, Агентство Филиппин по экспортно-импортному кредитованию⁸ обеспечивает гарантиями около 10% всех компаний, занимающихся такого рода услугами, на общую сумму около 15 млн долл. в год.

Развитие информационно-коммуникационных услуг и технологий представляет перспективный источник национального богатства для многих развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Кроме этого, развитие данного сектора способствует увеличению конкурентоспособности других отраслей экономики.

Вместе с тем есть ряд общих сложностей, как внутреннего, так и внешнего характера, которые необходимо решить. К ним, в частности, относятся недостаточно развитая рыночная инфраструктура в стране (в сфере ИКТ), низкий уровень квалификации персонала, слабое присутствие на зарубежных рынках, конкуренция со стороны зарубежных стран. Важно отметить, что сфера ИКТ отличается своим межотраслевым характером. Это означает, что развитие этой отрасли зависит во многом от развития смежных отраслей экономики.

Во многих странах, для которых данная сфера является перспективной, разработаны специальные программы поддержки экспорта. Так в Индии подобная программа включает в себя целенаправленную работу индийского Эксим банка⁹, а также деятельность в рамках информационных технологий кластера в Бангалоре.

С начала 90-х годов Эксим банк Индии начал предоставлять экспортное финансирование СМП, занимающимся разработкой и поставкой за рубеж программного обеспечения. В пакет финансовой поддержки входят кредитование на закупку требуемого технологического оборудования и технологий, а также расходов на привлечение специалистов, обучение персонала, бета-тестирования и проч. Кроме того, пакет включает в себя гранты на участие в между-



народных выставках, подготовку рекламных материалов, первоначальных расходов на организацию зарубежных представительств или заключение агентских соглашений. Кроме этого, банк возмещает до 50% расходов на прохождение международной сертификации ISO, TickIT и CMM-SEI.

Схожая работа ведётся в Пакистане, где на сферу ИКТ возлагают большие надежды. Агентство Пакистана по финансированию экспорта¹⁰ предоставляет гарантии пакистанским компаниям, работающим в данной сфере.

Для российской экономики экспорт услуг с каждым годом приобретает всё более важное

значение. При этом дальнейшее развитие данного направления отвечает долгосрочным приоритетам создания высокотехнологичной диверсифицированной экономики. Стоит отметить, что среднегодовые темпы роста российского экспорта услуг (13%) выше мировых, а его доля в экспорте товаров увеличивается (в отличие от среднемировых показателей). Общий объём экспорта услуг¹¹ по оценке в 2009 году составил 38 млрд долл. наибольшую долю в экспорте занимают транспортные услуги (30%), прочие деловые услуги (27%), поездки (22%). На экспорт ИКТ услуг приходится около 3%, или 1,3 млрд долл.

Таблица 1

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

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

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

* - по оценке автора

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



Таблица 2

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

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

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

* - сделана автором

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

Данный подход нашёл отражение среди основных приоритетов развития внешнеэкономической деятельности в России, закреплённых в долгосрочном концептуальном документе - Основных направлениях внешнеэкономической политики Российской Федерации до 2020 года¹².

Так, одним из направлений государственной политики в долгосрочной перспективе является интеграция России в глобальную транспортную систему и реализация транзитного потенциала российской экономики. Другим при-

оритетом является поддержание текущих конкурентоспособных позиций на мировом рынке космических услуг, расширение зарубежного строительства комплектного оборудования (прежде всего в атомной промышленности). Отдельный акцент сделан на расширении присутствия России на мировых рынках информационных и телекоммуникационных услуг и программного обеспечения.

Исходя из этих приоритетов необходимо обеспечивать соответствующие способы поддержки российским компаниям. В случае строительства атомных станций основным вопросом для российского подрядчика будет финансирование. При этом будут затрагиваться все формы финансовой поддержки (страхование, льготные кредиты, гарантии), а размер этой помощи может быть существенным. Схожая ситуация в сфере космических услуг.



При рассмотрении вопроса о стимулировании экспорта транспортных услуг или ИКТ необходимо принимать во внимание тот факт, что данные виды услуг оказываются большим количеством не очень крупных компаний. В данной ситуации становится логичным применение таких инструментов поддержки, которые ориентированы прежде всего на средние и малые предприятия. Очевидно, что в этом случае потребуются активизация работы по всем направлениям: информационная и промоционная поддержка, льготное финансирование (все формы) в меньших объемах, но для большего количества компаний, совершенствование рыночной инфраструктуры.

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

Примечания:

¹ Financing service exports, UN, 2006, p.1

² Trade map (Trade Statistics for International Business Development), ITC, www.trademap.org

³ Темпы годового роста мирового экспорта товаров за период с 2003 по 2009 гг. составили 8,9%. Возможно данная диспропорция объясняется слишком быстрым ростом цен на основные сырьевые товары за последние 10 лет, что существенно сказалось на стоимостных показателях экспорта товаров.

⁴ World Development Report, 2005, World Bank

⁵ www.iesingapore.gov.sg - International Enterprise (IE) Singapore

⁶ www.zeus.philexim.gov.ph – Philippine Export-Import Credit Agency

⁷ Financing service exports, UN, 2006, p.21

⁸ www.zeus.philexim.gov.ph – Philippine Export-Import Credit Agency

⁹ www.eximbankindia.com - Export-Import Bank of India

¹⁰ www.pefg.org – Pakistan Export Finance Guarantee Agency Ltd (PEFG)

¹¹ Оценка на основе данных Центрального Банка Российской Федерации, www.cbr.ru

¹² Основные направления внешнеэкономической политики Российской Федерации до 2020 года

Библиография:

1. Основные направления внешнеэкономической политики Российской Федерации до 2020 года
2. Financing service exports, UN, 2006, 55 p.
3. World Development Report, 2005, World Bank, 288 p.
4. World Economic Outlook, 2009, World Bank, 208 p.
5. www.trademap.org - Trade map, ITC UN
6. www.iesingapore.gov.sg - International Enterprise (IE) Singapore
7. www.zeus.philexim.gov.ph - Philippine Export-Import Credit Agency
8. www.eximbankindia.com - Export-Import Bank of India
9. www.pefg.org - Pakistan Export Finance Guarantee Agency Ltd (PEFG)
10. www.cbr.ru - Центральный Банк Российской Федерации

