

США на мировом рынке услуг в начале XXI в.

Р.И. Зименков

УДК 339.13 (73)
ББК 65.42
3-621

В современных условиях, наряду с международной торговлей товарами, в мире широко развита и торговля услугами. Международная торговля товарами и торговля услугами тесно связаны между собой, дополняя друг друга в ходе экспортных и импортных операций. В то же время международная торговля услугами имеет некоторые особенности по сравнению с традиционной товарной торговлей.

Основное отличие состоит в том, что услуги, как правило, не имеют овеществленной формы. Обычно указывается, что услуги недолговечны, не могут складироваться, храниться, они неосязаемы и др. Однако с развитием и расширением сферы применения Интернета значительно снижается необходимость использования для услуг материальной оболочки.

В связи с особыми свойствами услуг Всемирная торговая организация (ВТО) выделяет четыре способа международной торговли услугами, различающиеся по месту регистрации поставщика и потребителя услуги и их нахождения в момент её оказания:

1. Трансграничная поставка услуги с территории страны – поставщика в страну – потребителя с пересечением службой государственной границы (почтовые услуги, дистанционное обучение и др.).

2. Потребление за рубежом означает перемещение потребителя услуги (или его собственности) в страну ее производителя (туризм, подготовка кадров, ремонт иностранных судов и др.).

3. Коммерческое присутствие страны – производителя услуги в стране – потребителя (деятельность банков, страховых компаний, ресторанов и др.).

4. Присутствие физических лиц страны – поставщика в стране – потребителя услуги (специалисты, руководители, представители и др.)¹.

¹ Дюмулен И.И. Всемирная Торговая Организация, М.: Экономика, 2003, с. 174.

ОБЪЁМ И СТРУКТУРА ЭКСПОРТА УСЛУГ

В конце XX – начале XXI вв. сфера услуг резко выросла в США и других развитых государствах. В 2012 г. доля сферы услуг в ВВП развитых странах составляла порядка 70%, а в США – 74,7%. Этому явлению способствовали различные факторы и закономерности современного этапа мирового развития, в том числе переход мировой экономики на постиндустриальный тип развития, научно-технический прогресс, расширение сферы применения Интернета, либерализация внешней торговли товарами и услугами, рост благосостояния граждан во многих странах мира и др. Увеличивающийся спрос на услуги в развитых странах привел к расширению торговли услугами, в первую очередь в этой группе стран. WTO приводит список 12 крупнейших экспортеров и импортеров услуг, где лидирующие показатели занимают США и ряд других развитых стран. Однако в последние годы в число крупных торговцев услугами вышли также КНР, Индия, Сингапур и Республика Корея [таблица 1].

Таблица 1

Основные страны экспортёры и импортёры услуг в 2011 г.

<i>Страна</i>	<i>Экспорт</i>		<i>Страна</i>	<i>Импорт</i>	
	<i>млрд долл.</i>	<i>%</i>		<i>млрд долл.</i>	<i>%</i>
Всего	4243,3	100	Всего	4081,9	100
США	599,65	14,13	США	429,31	10,51
Великобритания	277,67	6,54	ФРГ	290,28	7,11
ФРГ	258,13	6,08	КНР	237,58	5,82
КНР	183,10	4,31	Великобритания	176,38	4,32
Франция	167,81	3,95	Япония	167,66	4,10
Япония	145,44	3,42	Индия	124,57	3,05
Испания	141,26	3,32	Италия	116,00	2,84
Индия	137,15	3,23	Сингапур	114,07	2,79
Сингапур	129,18	3,04	Канада	101,19	2,47
Италия	106,61	2,51	Республика Корея	99,38	2,43
Швейцария	96,67	2,27	Россия	89,97	2,20
Республика Корея	95,00	2,23	Бразилия	76,34	1,87

Источник: International Trade Statistics, WTO, 2013 <http://www.wto.org/>



Роль торговли услугами резко возросла в американской экономике и внешне-экономических связях за последние 10-15 лет. Экспорт, по данным ВТО, в 2011г. достиг 599,6 млрд долл., по сравнению с 270,7 млрд долл. в 2001 г. В первом десятилетии XXI в. доходы от экспорта американских услуг ежегодно возрастали на 18%, т.е. в 2 раза быстрее в 80-е годы. Тенденция к дальнейшему расширению доходов от экспорта услуг, хотя и не столь быстрыми темпами, прослеживается в последние годы.

Понятие услуги, известное также в американской экономической литературе как «невидимые» операции, охватывает широкий круг сделок в международных экономических отношениях, а количество услуг, участвующих в международной торговле, превышает 100. В соответствии с положениями ВТО все услуги подразделяются на 12 секторов: услуги бизнеса, коммунальные, строительные и инженерные, дистрибьюторские, образовательные, услуги по охране окружающей среды, финансовые, услуги здравоохранения, туристические, услуги в области организации досуга, культуры, спорта, транспортные, прочие услуги. Как видно, 12 секторов объединяют обширный круг операций, т.е. большинство видов услуг, участвующих в торговле.

Учитывая специфичность понятия «услуги», очевидна сложность разграничения внешней и внутренней торговли услугами, так как торговля многими услугами требует территориальной близости между поставщиком и потребителем услуги. Зачастую услуги «пересекают» таможенную границу, оставаясь незамеченными, нередко отделение услуги от товара оказываются невозможным. К тому же, международная статистика отражает не все виды услуг.

В соответствии со статистикой Бюро экономического анализа (БЭА) США все услуги, которыми торгуют американские корпорации и учреждения, можно условно подразделить на три группы: торговля транспортными услугами, услугами, связанными с путешествиями, и услуги по продаже научно-технических знаний; прочие коммерческие услуги (консалтинговые и услуги менеджмента, финансовые и страховые услуги, компьютерные и информационные, услуги в области исследований, разработок и тестирования и др.); правительственные операции за границей.

Анализ «невидимых» операций по их составу и функциональной принадлежности с самого начала приводит к выводу о том, что они носят гетерогенный, неоднородный характер. Под этим названием объединены разнородные в экономическом отношении операции, которые имеют место в процессе обмена товарами, научно-техническими знаниями, капиталами, отдельными операциями правительственных организаций, с которыми для США связаны поступления и платежи, отражаемые в платёжном балансе. Но если в 60-70-е годы XX столетия это было чисто техническим удобством балансовой техники, то в последние десятилетия XX – начале XXI вв. «невидимые» операции рассматриваются уже в целом как весомый фактор, корректирующий платёжный баланс США. Так, в 2011 г. аме-

риканский торговый баланс товарами, по данным Министерства торговли США, был сведен с отрицательным сальдо в 738 млрд долл., а торговый баланс услугами имел положительное сальдо в 193,8 млрд долл.² Кроме того, стоимость внешне-торговых услуг в ВВП США составляла в 2011 г. 2,7%, в секторе услуг занято 2,7% млн рабочих и служащих, что важно для скорейшего выхода страны из мирового экономического кризиса.

ТОРГОВЛЯ США УСЛУГАМИ В ОБЛАСТИ ПУТЕШЕСТВИЙ, ТРАНСПОРТА И ОБМЕНА НАУЧНО ТЕХНИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ

Отсутствие в США подробной статистики по торговле отдельными видами услуг в значительной степени затрудняет выяснение полной объективной картины поступлений по всем статьям «невидимой» торговли. Тем не менее, отдельные публикации правительственных учреждений США помогают разобраться в этом вопросе. Так, специальное исследование, проведенное в 2012 г. Бюро экономического анализа США, дает приблизительную структуру американской торговли услугами [таблица 2].

В соответствии с принятым нами делением «невидимых» операций на три группы основная часть поступлений в 2011 г. образовалась из доходов США, полученных от услуг, связанных с коммерческой передачей научно-технических знаний, поступлений от туризма и транспортных услуг (54%), затем следовали поступления от прочих коммерческих услуг (44,2%) и правительственных операций за границей (1,8%)³.

Анализ международной торговли услугами США мы начнем с первой группы услуг, поступления от которых составляют более половины всех экспортных поступлений США и в торговле которыми американские корпорации выступают как крупнейшие экспортёры и импортеры. Как показывает мировая практика, в большинстве развитых государств туристические и транспортные услуги занимают лидирующие позиции в общем объёме экспорта коммерческих услуг. Однако в США роль лидера в списке ведущих статей экспорта занимают научно-технические услуги.

Таблица 2

Структура экспорта и импорта коммерческих услуг США в 2011 г.

Виды услуги	Экспорт		Импорт	
	Объём, млрд долл.	%	Объём, млрд долл.	%
Все услуги	586,84	100	393,06	100

² U.S. International Transactions // Survey of Current Business, January 2013 p. 30-34.

³ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.



Виды услуги	Экспорт		Импорт	
	Объём, млрд долл.	%	Объём, млрд долл.	%
Путешествия	116,11	19,8	78,65	20,0
Транспортные	79,69	13,6	85,82	21,8
Поступления от продажи патентов и лицензий	120,84	20,6	36,62	9,3
Прочие коммерческие услуги	270,19	44,2	191,97	48,8
Образовательные	22,73	3,9	5,89	1,5
Финансовые	74,05	12,6	16,21	4,1
Страховые	15,48	2,6	56,62	14,4
Телекоммуникационные	12,65	2,2	7,70	1,9
Бизнес-услуги, профессиональные и технические услуги	134,42	22,9	104,73	26,6
Компьютерные и информационные	15,50	2,6	24,54	6,2
Консалтинговые и услуги менеджмента	32,17	5,5	24,82	6,3
Услуги в области исследований, разработок и тестирования	23,36	4,0	22,36	5,7
Операционный лизинг	7,14	1,2	1,92	0,5
Другие бизнес-услуги профессиональные и технические услуги	56,24	9,6	31,13	7,9
Рекламные	4,19	0,7	2,90	0,7
Промышленный инжиниринг	6,11	1,1	3,27	0,8
Услуги по установке, обслуживанию и ремонту оборудования	13,75	2,3	8,08	2,1
Юридические	7,48	1,3	1,78	0,4
Услуги по обслуживанию торговли	4,19	0,7	1,58	0,4
Прочие услуги	10,87	1,8	0,79	0,2

Источник: U.S. International Services. Survey of Current Business. October 2012, p.34-35.

В 2011 г. на этот вид услуг пришлось 120,8 млрд долл., или 20,6% всех поступлений в США от экспорта услуг. Если к этой цифре добавить поступления от экспорта научно-технических знаний, включенных в другие виды услуг, то, по нашим подсчетам, общие поступления по этой статье превысят 25%.

В условиях обостряющейся конкуренции на товарных рынках в последние десятилетия США стали активно использовать торговлю научно-техническими знаниями, включающих продажу патентов, лицензий, товарных знаков, промышленных образцов и др., для укрепления своих позиций в мировой экономике. Подобная политика Вашингтона объясняется прежде всего тем, что США занимают лидирующие позиции в мире по расходам на НИОКР: в 2012 г. они затратили на эти цели 436 млрд долл., т.е., 31,1% мировых расходов на НИОКР⁴.

По данным БЭА США, поступления от экспорта научно-технических знаний состоят из трёх частей. Первая составляющая с объёмом продаж в 43,9 млрд долл. приходится на экспорт американских патентов и лицензий в промышленный сектор иностранных государств. Крупные поступления от этого вида торговли объясняются, в частности, тем, что продажи лицензий позволяют американским корпорациям существенно ускорить процесс освоения новых рынков и частично возместить собственные расходы на исследования и разработки. Иногда бывает выгоднее вместо поставок готовых изделий продать лицензии на право их производства, например в случаях, когда существуют проблемы, связанные со сбытом готовой продукции из-за недостаточного объёма собственного производства или выходом на внешний рынок. Препятствием для экспорта товаров нередко является протекционистская политика правительства страны, в которую предполагаются их поставки: высокие таможенные пошлины, импортные квоты, поощрение ввоза изделий в разобранном виде⁵.

Часто в лицензионные соглашения включается условие о покупке у американского лицензиара оборудования и узлов, необходимых для налаживания производства по лицензии, что увеличивает объём товарных поставок американской фирмы-лицензиара и способствует увеличению ее прибыли. Доходы от продажи технологий используются корпорациями США для проведения НИОКР на передовых направлениях научно-технического прогресса, что способствует повышению конкурентоспособности американских товаров.

Однако и страны, в основном закупающие лицензии, в конечном счете извлекают экономические выгоды. Наиболее рельефно роль лицензий в экономическом развитии проявилась в Японии и ФРГ, которые после второй мировой войны смогли быстро модернизировать свой производственный аппарат. Лицензионные сделки в основном концентрируются в новых и новейших отраслях обрабатывающей

⁴ Перспективы НИОКР в мире. Бюллетень иностранной коммерческой информации 14.02.2012, с. 5.

⁵ Фомичёв В.И. Международная торговля. М., ИНФРА – М.: 2001, с. 323, 354.



промышленности иностранных государств: в химической промышленности, электронике, производстве компьютеров, в транспортном машиностроении, а также в производстве вооружений.

Процесс передачи американской технологии, охватывая главным образом развитые страны, тем не менее, распространяется и на группу наиболее развитых из развивающихся стран, крупных реципиентов американских лицензий и патентов⁶. Так, в Таиланде и Сингапуре, Бразилии и Мексике, Доминиканской Республике и Коста-Рике многие виды наукоемких товаров выпускаются на базе иностранного оборудования, в том числе с использованием американской технологии. Эти же страны, как правило, являются крупными торговыми партнерами США. Подавляющая часть лицензионных соглашений США с зарубежными странами монополизирована крупными промышленными компаниями, которые вкладывают в исследовательские работы огромные средства. При этом наибольший объем лицензионной торговли США осуществляется родительскими компаниями. В 2008 г., например, 90% поступлений от лицензионной торговли с иностранными странами поступило от родительских (головных) компаний и только 10% – от зарубежных филиалов американских компаний⁷.

Американские корпорации также закупают лицензии, необходимые для своей промышленности. Однако расходы США на эти цели, например, в 2011 г. были в 2 раза меньше американских поступлений на аналогичные цели. Тем самым крупные ассигнования США на исследования, которые нередко заканчиваются крупными научными достижениями, в конечном итоге способствуют улучшению платёжного баланса США.

В соответствии с данными Бюро экономического анализа США вторая составляющая доходов по этой статье формируется за счет поступлений от продажи за границей кинофильмов и телевизионных передач США. В данном случае объектом лицензии становится авторское право, которое распространяется на творческие произведения независимо от формы, назначения и достоинства произведений. Это право означает, что без согласия автора (в данном случае американской фирмы) никто не может ни в каком виде воспроизводить или иным образом использовать охраняемые правом объекты. За последние 11 лет поступления за передачу авторских прав на американские кинофильмы и телевизионные программы возросли примерно на 40% и в 2011 г. составили 14,3 млрд долл., что в 7 раз превысило расходы США на аналогичные цели⁸.

⁶ U.S. Direct Investment Abroad Tables // Survey of Current Business, September 2010, p. 71.

⁷ A Profile of U.S. Exporters and Importers of Services // Survey of Current Business, July 2012, p. 69.

⁸ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.

Помимо крупных доходов, предоставление на коммерческой основе кинофильмов и телевизионных передач является эффективным инструментом пропаганды американского образа жизни в иностранных государствах, получающих эту продукцию. Поэтому в ряде стран проводятся кампании против засилья американской кинопродукции на местных экранах, а некоторые страны, в частности Франция, законодательным путем ограничила закупку американских кинофильмов.

Третья составляющая включает в себя группу «прочие платежи», которые состоят из поступлений за пользование американскими правами на книги, пластинки и магнитофонные записи, передачи по радио, операции по франчайзингу, пользование программным обеспечением и другие виды «невидимых» операций. За последние годы лицензионные поступления по этой подгруппе постоянно возрастали и в 2011 г. составили 62,6 млрд долл. Платежи США по аналогичной статье были в 5,3 раза меньше и в том же году были на уровне 11,9 млрд долл.

Весьма распространённой формой лицензионных соглашений США являются контракты на использование товарного знака-франчайзинг, которые предусматривают предоставление прав на использование американской торговой марки или фирменного названия, а также оказание услуг по технической помощи, повышению квалификации рабочей силы, организации торговли и управлению. Размеры платежей по этим контрактам колеблются от 1,5% до 12% годовых продаж. Операции по франчайзингу проводятся, как правило, между крупными компаниями США и мелкими фирмами или частными лицами за границей, обычно только начинающими свой бизнес.

Принимающая сторона (франчайзи) получает немалые выгоды от франчайзинга, так как она приобретает управленческий опыт и технические знания. В то же время выгоды имеет и американская компания, предоставляющая услуги (франчайзер), поскольку ей предоставляется возможность контролировать рынок данной страны с минимальными капитальными затратами, а также получать вознаграждение за предоставленные услуги.

Франчайзинг, возникший в 30-е годы XX в. в США, в настоящее время активно используется американскими компаниями за границей. Широко известны международные франчайзинговые сети McDonalds, Holiday Inn, Hilton, Baskin Robbins, Sears Roebuck, Wendy's и др. Большинство ведущих в мире франчайзеров имеют свои отделения более чем в 30 странах мира.

Практика франчайзинга, применяемая фирмами США, наиболее активно используется в развитых странах. Свыше 30% всех зарубежных франчайзи американских корпораций сосредоточено в Канаде, свыше 7 тыс. – в Японии, из которых 67% приходится на пищевую промышленность. В последние десятилетия американские корпорации распространили практику франчайзинга на отдельные развивающиеся страны, а также на Россию⁹.

⁹ Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. М.: ЮНИТИ, 2001, с. 532.



Крупные доходы в сфере торговли услугами приносит статья, связанная с деловыми и туристическими поездками иностранных граждан в США. Средства, которые затрачивают иностранцы в этой стране на проживание, питание, передвижение, закупки различных товаров и культурные развлечения приносят США огромные доходы. За последние 11 лет (2001-2011 гг.) поступления от туристических услуг возросли в 1,7 раза и составили в 2011 г. 116,1 млрд долл., или 19,8% общего объема американского экспорта услуг. Они были больше аналогичных поступлений в Италии и Франции, считающихся признанными лидерами въездного туризма¹⁰.

По данным ЮНКТАД, подобный рост поступлений в США объясняется низким уровнем внутренних цен относительно мировых, низким уровнем транспортных расходов в США по сравнению с другими странами, наличием развитой инфраструктуры туризма и высокой квалификацией кадров, репутацией страны. Нельзя сбрасывать со счетов и тот факт, что из-за ужесточающейся конкуренции на рынке туристических услуг США изменили подход к организации и ведению гостиничного дела, в частности, стали учитывать национальную культурную специфику приезжающих туристов.

В результате развития торговли туристическими услугами в США возникла индустрия туризма, основу которой составляют фирмы, организующие поездки и продажу путёвок и туров, предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов, их передвижению по стране, а также органы управления, информации, рекламы, предприятия по производству и продаже товаров туристического спроса.

Развитая индустрия туризма способствовала диверсификации структуры въездного туризма в США. Увеличивается удельный вес познавательного туризма, активных видов туризма, растёт специализированный туризм (экологический, научный, оздоровительный, круизный, деловой)¹¹.

Важную роль в туристическом бизнесе играют американские интегрированные гостиничные цепи (сети). Так, корпорации Hyatt, Hilton, Westin – самые известные в гостиничной сети в классе люкс. Holyday Inn, Marriott, Sheraton и Romada лидируют в гостиничном секторе со средними ценами на гостиничное размещение. В группу корпораций с размещением ниже среднего уровня входят Days Inn, Motel 6 и Travel Lodging. Среди 13 крупнейших мировых гостиничных сетей на долю США приходится 10, причем корпорация Cedant Corporation является одним из лидеров в рейтинге сетевых отелей мира.

Гостиничная отрасль США, представленная различными форматами отелей и других средств размещения (мотели, кемпинги и др.), относится к числу крупнейших в мире по величине показателей хозяйственной деятельности, а также по вкладу в развитие внутреннего и въездного туризма.

¹⁰ World Tourism Organization. Annual Report 2011. <http://www2.unwto.org/>

¹¹ Коновалова Д.И. Международная торговля услугами. М.: МГИМО, 2009, с. 27.

Достаточно сказать, что по данным American Hotel and Lodging Association, одного из наиболее авторитетных профессиональных гостиничных объединений страны, по состоянию на 1 января 2010 г. в США насчитывалось около 51 тыс. отелей (речь идет об объектах гостиничной недвижимости с жилищным фондом 15 и более комнат, предназначенных для проживания гостей). При этом показатель доходности одного гостиничного номера составляет 53,5 долл., а среднегодовой уровень загрузки номерного фонда – 54,7%. По экспортным оценкам, более 25% мирового номерного фонда сосредоточено в США¹². Всё это привело к тому, что в настоящее время США занимают второе место в мире по въездному туризму. В 2011 г. США посетило 62,3 млн человек. Подобный показатель был выше только у Франции (79,5 млн человек)¹³.

Следует, однако, подчеркнуть, что прошедшие полвека показали, что поступления от международного туризма в целом растут быстрее, чем количество прибывающих туристов, что характерно также и для США.

США выступают не только крупным экспортером, но одним из наиболее значимых импортёров туристических услуг. В 2011 г., например, они затратили на эти цели 78,6 млрд долл. Наибольшие затраты были сделаны в странах Центральной и Южной Америки (24,3 млрд долл.), Европы (23 млрд долл.), Азии и бассейна Тихого океана (17,8 млрд долл.)¹⁴.

В целом следует подчеркнуть, что в последние десятилетия поступления в США от туристических услуг значительно превышали аналогичные расходы США за границей. За 2001-2011 гг. активное сальдо США в торговле туристическими услугами выросло в 3,2 раза – с 11,7 млрд долл. до 37,5 млрд долл., что положительно сказалось на платежном балансе США¹⁵.

Замыкает тройку лидеров торговли услугами транспортные операции. Этот вид услуг, являясь специфическим товаром, продаётся и покупается на международных транспортных рынках, которые различаются в зависимости от видов транспорта, географических районов перевозки и видов перевозимых грузов.

США, обладая развитой диверсифицированной транспортной инфраструктурой, являются безусловным лидером в ежегодной перевозке грузов (4 млн миль общественных дорог, 140000 миль железных дорог, 25000 водных путей, 5200 гражданских аэропортов). Экспорт товаров из США в 2011 г. осуществлялся на 29,9% воздушным путём, на 36,2% морским и 32,8% наземным транспортом, причем объём совокупных перевозок ежегодно возрастал¹⁶. За последние 11 лет (2001-

¹² Александрова А.Ю. Международный туризм // Человек и закон, 2012, №3, с. 37.

¹³ World Tourism Organization. Madrid., June 2012. <http://www2.unwto.org/>

¹⁴ U.S. International Transactions // Survey of Current Business, January 2013 p. 30-34.

¹⁵ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.

¹⁶ U.S. Department of Transportation <http://www.rita.dot.gov/>



2011 г.) объём экспорта транспортных услуг США увеличился примерно в 2 раза и составил 79,7 млрд долл., что выдвинуло продажу этого вида услуг (13,6%) на третье место в общем объёме американского экспорта услуг.

Министерство торговли США разбивает торговлю транспортными услугами на три части: пассажирские перевозки, морские перевозки грузов и услуги, связанные с работой портов.

Главное место в экспорте транспортных услуг по стоимости занимают пассажирские перевозки, главным образом авиационные, доходы от которых в 2011 г. составили 36,6 млрд долл. В основном это поступления от туристов из Европы, стран Азии и Тихого океана, Латинской Америки и Карибского бассейна. Наибольшие поступления от перевозок приносят американские авиакомпании, крупнейшие в мире. Стремясь удержать свои позиции на рынке пассажирских перевозок, авиакомпании США постоянно обновляют парк самолётов, внедряют в эксплуатацию конвертируемые самолёты, которые могут быть быстро переоборудованы из пассажирских в грузовые и наоборот, осуществляют перевозку пассажиров как рейсовыми, так чартерными рейсами, устанавливают различные льготы для туристов. Несмотря на жесткую конкуренцию со стороны ряда компаний Европейского союза и стран Азии, американские авиакомпании в 2011 г. перевезли около 40% авиопассажиров в мире. Авиaperезовки пассажиров балансируют другие виды транспорта в связи с сокращением относительной доли грузовых перевозок в торговле транспортными услугами. По мнению специалистов, международные пассажирские перевозки США сохранятся на высоком уровне в ближайшие годы¹⁷.

Важную роль в сфере торговли услугами играют морские перевозки грузов, осуществляемые на судах торгового флота США. В обслуживании внешней торговли США со странами, отдалёнными друг от друга морями и океанами, незаменим морской транспорт, который считается наиболее эффективным и дешевым средством доставки больших масс грузов на дальние расстояния. Этот вид транспорта обеспечивает перевозки более трети объёма внешней торговли США. Грузовладельцы оплачивают американским судовладельцам в виде фрахта за перевозки грузов в международных морских сообщениях крупные суммы, которые в 2011 г. составили 21,7 млрд долл.

Следует, однако, отметить, что наряду с увеличением абсолютных показателей морских грузовых перевозок происходит относительное сокращение этого вида перевозок в общем объёме американского экспорта услуг. Так, если 60-70-е годы XX в. доля морских грузовых перевозок США превышала 25% в общем объёме экспорта услуг, то в 2011 г. этот показатель сократился до 13,5%. В результате за последние два десятилетия морские грузовые перевозки в общей стоимости экспорта услуг США переместись с седьмого на тринадцатое место¹⁸.

¹⁷ International Trade Statistics, WTO, 2013 <http://www.wto.org/>

¹⁸ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52

Это объясняется в первую очередь снижением тарифов на перевозки грузов в мире, появлением новых перевозочных технологий, созданием нового класса судов на морском транспорте, в частности контейнеровозов, что сразу же сказалось на стоимости фрахта и способствовало снижению тарифов на международные перевозки. Это повлекло за собой снижение темпов роста объемов вырученных средств за экспорт транспортных услуг, падение доли транспорта в экспорте услуг и некоторое замедление темпов экспорта американских услуг в целом¹⁹.

Необходимо отметить, что в международных транспортных операциях, помимо грузовладельцев и перевозчиков, участвуют различные хозяйствующие субъекты, включая операторов грузовых терминалов (стивидоров) в портах. При международных грузовых перевозках готовой продукции и полуфабрикатов груз многократно переходит от перевозчиков к операторам терминалов, от них снова к перевозчикам. Для защиты своих коммерческих интересов во всех географических пунктах, где осуществляется операции с их грузом, грузовладельцы прибегают к услугам посредников – экспедиторов.

Развитая сеть посреднических организаций в США позволяет грузовладельцам заключать договоры непосредственно с экспедиторскими фирмами в каждом из интересующих их пунктов или договор с генеральным экспедитором, которому поручается организовать перевозку в целом. Генеральный экспедитор заключает от имени грузовладельца договоры с перевозчиками разных видов транспорта и с экспедиторскими организациями в пунктах прохождения грузов. Услуги, связанные с работой портов, увеличили объем американского экспорта транспортных услуг в 2011 г. на 21,3 млрд долл.

США активно участвуют и в импортной торговле транспортными услугами, занимая первое место в мире по этому показателю (85,2 млрд долл. в 2011 г.). Это привело к тому, что в торговле этим видом услуг США, начиная с 2001 г., имеют отрицательное сальдо торгового баланса, которое в 2011 г. составило 6,1 млрд долл. и образовалось в первую очередь из-за импорта транспортных услуг по фрахтованию судов иностранных государств.

ПРОЧИЕ КОММЕРЧЕСКИЕ УСЛУГИ

По данным Бюро экономического анализа, большая группа экспортных услуг включена в группу «прочие коммерческие услуги». Несмотря на большое количество услуг, входящих в эту группу (более 20), ни одна из них по объему поступлений не дотягивает до суммы поступлений в платёжный баланс страны, вносимой каждой услугой первой группы. Однако и прочие коммерческие услуги быстро наращивают поступления в платёжный баланс США, при этом играя важную роль в международных экономических отношениях.

¹⁹ Международные экономические отношения / Под ред. В.Е.Рыбалкина. М.: ЮНИТИ, 2008, с. 176, 184.



В последние десятилетия резко активизировалась международная торговля финансовыми услугами, приобретая глобальный характер. Этому явлению способствовали развитие информационных технологий, возникновение новых рынков сбыта в виде большой группы развивающихся стран, повышение уровня конкуренции в сфере финансовых услуг и др. Как известно, к международной торговле к финансовым услугам относятся услуги финансового посредничества за исключением страхования и услуг пенсионных фондов. В соответствии с рекомендациями МВФ при оценке объёмов торговли финансовыми услугами учитываются следующие подвиды комиссий в зависимости от типа финансовой услуги: комиссии за услуги, связанные с кредитованием, с ценными бумагами и за прочие финансовые услуги (управление активами, финансовое консультирование, хранение ценных бумаг, осуществление валютно-обменных операций и др.)²⁰.

Необходимо отметить, что за последние два десятилетия произошли существенные изменения в структуре внешней торговли США финансовыми услугами. Как для экспорта, так и для импорта было характерно сокращение доли услуг, связанных с ценными бумагами и увеличение доли услуг по консультированию, что было вызвано с активностью рынка слияний и поглощений. Кроме того, произошёл рост торговли услугами, связанной с финансовым менеджментом.

Несмотря на происходившие изменения на мировом рынке, США нередко использовали их в своих интересах и расширяли деятельность по оказанию финансовых услуг. Объём финансовых услуг, предоставленных США иностранным государством за последние 11 лет (2001-2011 гг.), вырос в 3,4 раза и составил 74,1 млрд долл. По данным МВФ, США в течение 2000-2008 гг. являлись вторым крупнейшим экспортёром финансовых услуг, уступая только Великобритании. В результате ослабления фунта стерлингов против доллара в 2008 г. и сокращения объёма операций с ценными бумагами в условиях мирового финансового кризиса США удалось выйти в 2009 г. на первое место и сохранить её в настоящее время. На долю США приходится около 21% мирового рынка финансовых услуг.

Развитые страны остаются основными партнёрами США в торговле финансовыми услугами²¹. Однако с 2006 г. проявилась устойчивая тенденция к сокращению доли данных стран. Так, с 2006 по 2012 гг. произошло сокращение доли Европейского союза в экспорте финансовых услуг из США с 42% до 32% и в импорте США с 55% до 51%. Одновременно произошло увеличение доли развивающихся стран, демонстрирующих высокие темпы экономического роста: например, за 2006-2012 гг. доля Южной и Центральной Америки в экспорте финансовых услуг из США и в их импорте возросла соответственно с 5,5% до 7% и с 3,9% до 4,8%; произошёл рост доли Китая с 1,4% до 3% в экспорте и с 0,3% до 1,3% в импорте.

²⁰ Гольцберг М.А. Международная торговля: финансовые операции, страховые и другие. М.: Бином, 2004, с. 186.

²¹ World Economic Outlook. International Monetary Fund, Wash., 2009, p. 133.

Следует отметить высокие объёмы торговли финансовыми услугами между США и офшорными центрами – 26% экспорта и 6,4% импорта финансовых услуг США в 2012 г. Благодаря лидирующим позициям Лондона в качестве мирового финансового центра, Великобритания является крупнейшим партнёром США в торговле финансовыми услугами – 14,1% экспорта США и 31,3% импорта в 2012 г.

Характерным явлением в практике внешней торговли США стало примерно трёхкратное превышение (по стоимости) объёма финансовых услуг иностранным государствам через филиалы транснациональных банков по сравнению с оказанием услуг в рамках трансграничной торговли, что объясняется важностью фактора близости к потребителю зарубежных филиалов американских банков.

Масштабы деятельности американских банков за пределами США быстро расширяются. Если в середине 50-х годов лишь 7 банков имели зарубежные филиалы, то в конце 2011 г. уже 34 американских банка имели 494 зарубежных филиала. Наиболее разветвлённой сетью зарубежных подразделений обладают финансовая корпорация Citigroup, ведущая свою деятельность в более чем 100 странах, Bank of America с филиалами в 40 странах и JPMorgan Chase с филиалами в 35 странах. На конец марта 2012 г. совокупные требования зарубежных подразделений американских банков к местным заёмщикам составили 1,6 трлн долл. США, что эквивалентно 13,5% от совокупного объёма активов коммерческих банков, ведущих свою деятельность в США.

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что торговля финансовыми услугами в США находится на высоком уровне развития, оказывая положительное воздействие на ряд американских экономических показателей, в том числе частично компенсирует негативное влияние дефицита торгового баланса товарами. При этом в 2011 г., например, финансовые услуги внесли самый существенный вклад в совокупный профицит торговли услугами: в 2011 г. профицит внешней торговли финансовыми услугами составил 58,8 млрд долл., или 33,4% совокупного профицита торговли услугами²².

В последние годы резко выросли американские операции по страхованию. В начале этого века насчитывалось более тысячи крупных корпораций США, осуществляющих свои операции в трёх и более зарубежных странах, а компания American Foreign Insurance действовала более чем в 80 зарубежных государствах.

Наиболее разветвленную сеть международных операций создали такие крупные компании страхования жизни США, как Metropolitan, Prudential, Equitable Life, New York Life, John Hancock Insurance, Aetna Life and Casualty. В области международного имущественного страхования наиболее известны крупнейшие страховые группы AIG, INA, AFIA, конгломератные объединения ИТТ, American Express, крупнейшие страховые холдинги Allstate Insurance, Continental Corporation, а также специализированные перестрахованные группы и компании AIRCO, General

²² U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.



Reinsurance и INA Insurance. Наряду с перестраховочными операциями основными формами зарубежного страхования корпораций США являются имущественное и личное страхование. Однако в последние десятилетия, кроме этих традиционных сфер возрастают также объемы операций по страхованию внешнеторговых сделок и инвестиционных операций американских ТНК. Такие операции все более превращаются в самостоятельную сферу внешнеэкономической деятельности и непосредственно влияют на ход конкуренции в торговле и международном производстве.

Центральное место в страховании внешнеэкономической деятельности США занимает транспортное страхование, потому что международный товарооборот, прежде всего, подвержен рискам, связанным с транспортировкой грузов. Страхование подразделяется на морское, воздушное, сухопутное. Наибольшее значение приобрело морское страхование, ибо большая часть внешнеторговых грузов транспортируется морем. Объектами такого страхования являются груз (карго), транспортное средство (каско) и фрахт (провозная плата).

География вывоза американского страхового капитала обнаруживает самую тесную связь с направлениями движения зарубежных прямых инвестиций США. Это закономерно, так как с одной стороны страховая экспансия – лишь один из составных потоков экспорта американского капитала, а с другой – экспорт страхового капитала имеет своей непосредственной целью обеспечить защиту прямых зарубежных инвестиций США.

Наконец, американские страховые корпорации, располагая огромными финансовыми средствами, активно вкладывают капиталы в такие «нестраховые» сферы, как банковское дело, операции с недвижимостью, промышленность и услуги, а также финансирование различных зарубежных операций промышленных корпораций США. Расширение сфер деятельности страховыми компаниями превращает их не только в финансовых гигантов, но и в непосредственных участников внешнеэкономической деятельности США.

Операции американских страховых компаний сосредоточены главным образом в развитых странах, на которые приходится примерно 2/3 объема операций этих компаний. Они активно осуществляют свою деятельность на рынках Канады, Великобритании, Ирландии, Франции, ФРГ, Японии и Австралии.

Объем операций американских страховых компаний в развивающихся странах значительно меньше, чем в странах Запада и Японии. Это объясняется рядом причин и, в частности, политикой многих развивающихся стран, направленной на полное вытеснение иностранного капитала из национального страхования, либо на его ограничения. Однако значительное число развивающихся стран все еще существенно зависит от международного страхового рынка, в том числе и от американского страхового капитала, который по-прежнему занимает прочные позиции

на внутреннем страховом рынке ряда стран (Бразилия, Мексика, Уругвай, Гондурас, Бермуды, Республика Корея).

Деятельность страховых корпораций на внешних рынках преследует цель не только обеспечение интересов промышленных корпораций США. Зарубежные операции служат источником увеличения прибылей американских страховых корпораций. За 11 лет (2001-2011 гг.) доходы корпораций США от страховой деятельности за рубежом возросли в 4,5 раза и составили в 2011 г. 15,5 млрд долл.²³.

Операции американских страховых корпораций по стоимости входят в первую десятку услуг, торгуемых США на внешних рынках.

За последние 20 лет наблюдается бурный рост консалтинговых услуг, что связано, в первую очередь, с глобализацией мировой экономики. Последние достижения информационных технологий, глобальные информационные сети изменили представление о границах предприятий и о технологии производства, управлении и ведении бизнеса. Насыщение традиционных рынков товаров потребовало также новых подходов к потребителю. Именно поэтому примерно 80% портфеля заказов ведущих консалтинговых фирм США и других развитых стран составляют фактические заказы на услуги по реорганизации бизнеса.

По данным корпорации Kennedy Information Group, количество консалтинговых компаний в мире сейчас (без учета России) приближается к 2 тысячам, при этом в них работает порядка 1 млн человек. (Для сравнения в начале 80-х годов в области консалтинга было занято около 18 тыс. человек). Объем услуг, предоставленных этими компаниями уже в 2010 г. составил более 150 млрд долл.²⁴.

При этом исходя их объема предоставленных услуг на долю 15 крупнейших мировых консалтинговых компаний (а это корпораций США, имеющие филиалы практически во всех регионах мира), приходится порядка 85% этого рынка. Крупнейшие консалтинговые корпорации США по итогам 2011 г. – PricewaterhouseCoopers с объемом выручки в 29 млрд долл. Ernestand Young (22,9 млрд долл.), Aramark (13 млрд долл.), Gavilon Group (12,6 млрд долл.) и First Date (10,4 млрд долл.)

По данным экспертов, 15% компаний в развитых странах пользуются услугами консультантов на регулярной основе и 35% прибегают к помощи консультантов по мере необходимости.

Анализ консалтинговых услуг, оказываемых западными, в том числе американскими корпорациями по различным сферам деятельности, таков:

- 22% – заказы от предприятий финансового сектора экономики;
- 11% – от предприятий по производству товаров народного потребления;
- 11% – от других промышленных предприятий;
- 10% – от компаний сферы телекоммуникаций;

²³ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.

²⁴ <http://www.kennedyinfo.com/consulting/2011>.



- 9% – от предприятий энергетического сектора;
- 9% – от правительственных учреждений;
- 9% – от учреждений здравоохранения;
- 8% – от научно-исследовательских учреждений;
- 3% – от средств массовой информации и предприятий шоу-бизнеса;
- 2% – от предприятий оптовой и розничной торговли;
- 6% – от других источников²⁵.

К настоящему времени американские консалтинговые компании активно действуют не только в США, но и оказывают значительный объем услуг фирмам и различным предприятиям в Канаде, Великобритании, ФРГ, Франции, а также в Японии, Австралии и Сингапуре. Последнее время повышается востребованность консалтинга в странах БРИКС. Объем консалтинговых услуг, оказываемых американскими корпорациями за рубежом, за последние 11 лет (2001-2011 гг.) увеличился в 2,5 раза и в 2011 г. достиг 32,2 млрд долл., при этом активное сальдо торгового баланса по этой статье превысило 7,3 млрд долл. В структуре экспорта коммерческих услуг США в 2011 г. консалтинговые и услуги маркетинга занимали пятое место²⁶.

В группе «Прочие коммерческие услуги» также быстро возрастают масштабы информационно-компьютерных услуг, которые значительно ускоряют процессы информатизации и компьютеризации хозяйства и внешнеэкономической деятельности.

На современном этапе увеличение роли информационных услуг в американской внешней торговле услугами, вызвано следующими факторами:

- значительное увеличение спроса на информацию в условиях замедления темпов экономического развития многих стран мира, ухудшение положения на мировых товарных рынках и обострение конкурентной борьбы;
- внедрение и активное использование компьютерной техники, что позволило США и ряду других развитых стран создать эффективные национальные и международные информационные сети;
- быстрое расширение программного обеспечения, составляющего базу новой технологии в информационных системах даже на фоне общих сравнительно высоких темпов прироста основных составляющих информатики.

С появлением новых более сложных компьютеров стоимость технических средств программирования в абсолютном значении в целом возрастает, причем затраты фирм на разработку и внедрение информационных систем значительно превышают затраты на приобретение электронно-вычислительной техники.

Поэтому важным элементом функционирования информационных услуг является деятельность американских фирм – владельцев банков данных и посред-

²⁵ <http://www.kennedyinfo.com/consulting/2011>.

²⁶ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.

ников. Владельцами информации являются издательские и исследовательские организации, консультационно-исследовательские фирмы, ассоциации производителей, обладающие мощной финансовой и технической базой, имеющие зарубежные филиалы и объемную сеть клиентов. Владельцы информации получают от своих филиалов, клиентов и из других источников данные, которые обрабатывают, хранят и распространяют на коммерческой основе²⁷.

Новые возможности в информационном обеспечении открываются благодаря созданию и развитию рынка электронных информационных услуг, и в особенности Интернета. На основе этой технологии услуги шагнули за пределы реального хозяйственного пространства: безгранично расширяется рыночное поле многих отраслей, утверждается принципиально новая модель обслуживания, причем экономически более эффективная. В Интернет переносятся не только торговые, но и функции обслуживания производственного сектора. Он действует в качестве посреднического механизма в установлении хозяйственных связей между фирмами всех стран и отраслей, а также в получении и предоставлении ими самых разнообразных услуг. По подсчетам ВТО, ведущие позиции на рынке информационных услуг в 2011 г. занимали десять государств. При этом США в экспорте этих услуг занимали второе место после Индии (около 7% общего объема экспорта услуг 10 государств) и первое место по импорту (20,5% общего объема импорта этих услуг 10 государств).

За последние 10 лет поступления в США от продажи информационно-компьютерных услуг за границей возросли в 2,3 раза и в 2011 г. составили 15,5 млрд долл. Однако США закупили аналогичных услуг в том же году на сумму 24,5 млрд долл. Таким образом, во внешней торговле услугами начиная с 2005 г. США в торговле информационно-компьютерными услугами имели отрицательное сальдо торгового баланса, которое в 2011 г. составило 9 млрд долл.²⁸ Следует также отметить, что создаваемые США за рубежом информационные сети используются американскими спецслужбами, что нередко приводит к политическим осложнениям в отношениях США и например, странами – членами ЕС²⁹.

Стремление расширить рынки сбыта привело американские корпорации к необходимости предоставления таких бизнес-услуг, как сдача машин и оборудования в долгосрочную аренду (лизинг). В США арендные операции такого типа стали практиковаться со второй половины 50-х годов, но наибольшего размаха достигли в последние десятилетия.

Быстрому развитию международных арендных операций способствовали такие факторы, как усиление трудностей в получении кредитов во многих странах, рост налогов на производственные инвестиции, нежелание иностранных фирм приоб-

²⁷ Фомичёв В.И. Международная торговля. М., ИНФРА – М.: 2001, с. 323, 354.

²⁸ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, p. 20, 34-35, 52.

²⁹ Независимая газета, 13.07.2013, с. 3.



ретать сложное и дорогое оборудование, моральное старение которого в связи с научно-техническим прогрессом происходит очень быстро, усложнение технического обслуживания закупаемого оборудования и временная потребность в отдельных его видах.

Стоимость лизинга в экспортных операциях американских корпораций быстро возрастает: с 5,8 млрд долл. в 2001 г. до 7,1 млрд долл. в 2011 г. Главными объектами лизинговых операций являются ЭВМ (в основном подержанные), самолёты, суда, энергетическое оборудование, морские платформы, подъёмно-транспортные и дорожно-строительное оборудование, оборудование общего промышленного назначения.

Основной объём экспортных лизинговых операций американских корпораций приходится на развитые страны (около 70%). В 2011 г. крупнейшими получателями лизинговых услуг были такие государства, как Франция (619 млн долл.), Канада (563 млн), Великобритания (423 млн), Германия (253 млн) и Норвегия (166 млн долл.). Среди развивающихся стран крупнейшими импортёрами операций по лизингу были КНР (715 млн долл.), Мексика (323 млн), Индия (160 млн), Гонгконг (148 млн), Индонезия (130 млн) и Сингапур (123 млн долл.)³⁰. Если развитые государства представляют интерес для американских корпораций как ёмкий рынок для аренды дорогостоящего и наиболее передового в научно-техническом отношении оборудования, то развивающиеся страны – транспортных средств, дорожно-строительной техники, отдельных видов ЭВМ. В этих странах американские корпорации нередко используют лизинг с последующей продажей товара по истечению срока арендного договора.

Осуществлением арендных операций занимается значительное число американских фирм, различных по характеру и сфере деятельности правовому положению, характеру собственности и контролю. Наибольшее значение в международной аренде играют специализированные лизинговые фирмы, такие как National Car Rental, Berman Leasing и др. Активное участие в создании и финансировании лизинговых фирм принимают американские банки, а также крупные промышленные ТНК, многие из которых создали за рубежом собственные дочерние лизинговые фирмы.

Широкое распространение в мире получило создание совместных лизинговых компаний с участием капитала американских фирм. Так, многие лизинговые компании в странах Западной Европы и Японии созданы при финансовом и техническом участии крупнейших лизинговых компаний США. Сдача товаров в аренду через собственные филиалы и дочерние компании, позволяет лизинговым фирмам США обходить различные препятствия, воздвигаемые валютным и торговым законодательством зарубежных стран³¹.

³⁰ U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012, pp. 20, 34-35, 52.

³¹ Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. М.: ЮНИТИ, 2001, с. 532.

Что касается остальных услуг, то среди них можно выделить образовательные (объём экспорта которых в 2011 г. составил 22,7 млрд долл.), услуги в области научных исследований, разработок и тестирования (23,3 млрд долл.), услуги по установке, обслуживанию и ремонту оборудования (13,5 млрд), рекламные (4,2 млрд долл.) и другие. Происходящий рост объёмов американского экспорта этих услуг вполне очевиден и не требует особых объяснений. С внедрением новых информационных технологий, повсеместным распространением Интернета значительно повысилась их доля и абсолютные показатели [таблица 2]. Не будет преувеличением сказать, что в ближайшем будущем американский экспорт этих видов услуг будет возрастать.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Специфика предоставления и потребления услуг в сочетании с расширяющимся их ассортиментом обуславливает многообразие форм регулирования этого сектора мировой торговли и отличие от регулирования американской внешней торговли товарами. Государство активно вмешивается в сферу услуг, устанавливая нормативы обслуживания и другие регуляторы их производства и потребления. Можно выделить четыре уровня регулирования сферы услуг: национальный, двусторонний, региональный и многосторонний.

Эксперты Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) выделяют пять основных направлений национального регулирования сферы услуг, которые в той или иной степени действуют в США:

- ◆ Система государственных закупок, направленная на расширение потребления услуг национального производства: транспорт, связь, и другие сферы.

- ◆ Правительственное стимулирование развития национальных отраслей услуг путем предоставления льгот в целях повышения их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках – субсидии, льготные кредиты, льготное налогообложение.

- ◆ Меры, ограничивающие прямые иностранные инвестиции в интересах укрепления национальных отраслей экономики, в том числе определенных отраслей услуг.

- ◆ Ограничения по найму иностранных граждан зарубежными фирмами.

- ◆ Дифференцированное налогообложение иностранных предприятий.

Двустороннее регулирование торговли услугами сводится к установлению взаимосогласованных ограничений (меры протекционизма) или взаимовыгодных льгот (элементы фритредерства) в международном обмене услугами между США и другими странами. Основной принцип подобных соглашений – не нанесение ущерба третьим сторонам, не принимающим участие в двустороннем регулировании торговли услугами. Примером может служить соглашение США с Израилем по регулированию инвестиций в сфере услуг.



На региональном уровне внешняя торговля услугами регулируется в рамках интеграционных группировок (например Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА), в которой отменяются ограничения на взаимную торговлю услугами, или в редких случаях могут вводиться ограничения на такую торговлю с третьими странами.

Международное регулирование торговли услугами происходит на отраслевом и глобальном уровнях, для каждого из которых характерно наличие специализированных межправительственных организаций или соглашений. Например, гражданские авиационные перевозки регулирует Организация международной гражданской авиации (ИКАО), расположенная в Монреале, иностранный туризм – Всемирная туристическая организация (ВТО) со штаб-квартирой в Мадриде, морские перевозки – Международная морская организация (ИМО) с местонахождением в Лондоне и др. Характерная черта деятельности этих организаций – регулирование услуг в рамках отдельных отраслей.

В глобальном плане регулированием торговли услугами до недавнего времени занималось Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ). На открывшемся в Уругвае в 1996 г. восьмом раунде многосторонних торговых переговоров в рамках ГАТТ по инициативе США была достигнута договорённость о создании специальной группы для обсуждения вопросов торговли услугами на глобальном уровне. Результатом длительных переговоров стало принятие Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС), вступившего в силу в январе 1995 г. Оно состоит из 35 статей, объединённых в три блока: рамочного соглашения, определяющего общие принципы и правила регулирования торговли услугами; специальных соглашений, приемлемых для отдельных сервисных отраслей; списке обязательств национальных правительств по ликвидации ограничений в различных сферах услуг³².

Результатом переговоров в рамках Уругвайского раунда было достижение соглашения о либерализации торговли услугами. Регулированию подверглись услуги в области туризма, путешествий, телекоммуникаций, морского транспорта и некоторые виды деловых услуг. В дополнение к ГАТС уже члены ВТО подписали соглашение о либерализации финансовых услуг (Женева, 1997 г.), которое вступило в силу в марте 1999 г. Оно предусматривает поэтапное снятие национальных ограничений на трансграничные потоки капиталов и действия иностранных компаний на внутренних рынках. Фактически, это открывает финансовым корпорациям США и других развитых стран доступ на рынки развивающейся стран.

Таким образом, торговля США услугами имеет тенденцию к повышению за счет увеличения её масштабов, числа участников и расширения структуры. На протяжении последних десятилетий США являются крупнейшим экспортером и

³² Международные экономические отношения / Под ред. В.Е.Рыбалкина. М.: ЮНИТИ, 2008, с. 176, 184.

импортёром услуг. Лидирующие позиции США на мировом рынке услуг способствуют образованию крупного профицита в торговле услугами, который активно используется Вашингтоном для выравнивания дефицита в торговле товарами.

За последние десятилетия произошли изменения в структуре экспортной торговли услугами США. Если в конце XX в. на первых местах в экспорте находились услуги, связанные с путешествиями и транспортом, то в настоящее время лидером стали услуги, связанные с продажей научно-технических знаний (патентов, лицензий, торговых знаков). Это связано с огромными расходами США на НИОКР, что приводит к открытию крупных научных достижений, которые становятся объектами внешнеторговых операций США.

Особенно бурно развиваются услуги, вносимые Бюро экономического анализа США в группу «прочие коммерческие услуги», которых насчитывается более 20 и к которым относятся финансовые, страховые, телекоммуникационные, информационные, услуги в области научных исследований и разработок и другие бизнес-услуги. Другими словами – это наиболее прибыльные, динамично развивающиеся и перспективные услуги. За 11 лет (2001-2011 гг.) объём операций по этой группе услуг увеличился на 153%. Продолжается повышение их доли в общем экспорте американских услуг. Предполагается, что в третьем десятилетии XXI в., на группу «прочие коммерческие услуги» придется больше половины всего экспорта услуг США.

Стремление устранить барьеры на пути американского экспорта услуг поставило перед Вашингтоном вопрос о необходимости регулирования этого сектора внешней торговли. В настоящее время действующая система регулирования функционирует на нескольких уровнях. Наиболее важным для США является глобальное регулирование торговли услугами, осуществляемое через Генеральное соглашение по торговле услугами, действующее в рамках ВТО.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Булатов А.С., Ливенцев Н.Н. Мировая экономика и международные экономические отношения. Учебник. - М.: Магистр, Инфра – М, 2012. – 654 с.

Глобальная стратегия международных монополий США/ Отв. ред. М.И. Захматов, Р.И. Зименков – М.: Наука, 1988. - 337 с.

Дурович А.П. Организация туризма. – СПб.: Питер, 2012. – 320 с.

Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. – М.: Экономика, 2003. – 320 с.

Козлов А.А. Международная торговля услугами, их виды и классификация // Финансовая экономика, 2012, №3. – С. 120-125.

Коновалова Д.И. Международная торговля услугами: основные тенденции и проблемы развития. – М.: МГИМО(У), 2009. – 100 с.

Лепендина Е.С. Международное регулирование торговли услугами // Экономика в промышленности. 2010, №2. – С. 50-56.



Международные экономические отношения. Учебник. / Под.ред. В.Е. Рыбалкина. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 591 с.

Экономика США / Под.ред. В.Б. Супяна – М.: Экономистъ, 2008. – 832 с.

Barefoot Kevin and Koncs-Bruner Jennifer. A Profile of U.S. Exporters and Importers of Services // Survey of Current Business, June 2012. – p. 66-87.

Ibara-Caton Marilyn and Sharma Charu. U.S. International Services // Survey of Current Business, October 2012. – p. 15-55.

International Trade Statistics WTO, 2012. http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2012_e/its12_toc_e.htm

Scott Sarah P. U.S. International Transactions // Survey of Current Business, January 2013. – p. 6-44.

United States Department of Transportation. <http://www.rita.dot.gov/>

World Development Report 2012 <http://econ.worldbank.org/>

World Investment Report 2012 <http://www.worldbank.org>

World Trade Organization <http://www.wto.org>

.....

Интересные факты о товарообороте Германии и России

В прошлом году немецкая торговля перешла отметку 200 миллиардов долларов. Товарооборот по экспорту и импорту поднялся на 2,2 процента по сравнению с 2011 годом. Немецкий журнал "Wirtschaftswoche" назвал десять стран, с которыми у Германии самый большой товарооборот. По статистике этого журнала Россия находится на десятом месте рейтинга. В 2012 году товарооборот между Россией и Германией составил 80,5 миллиардов Евро, что на 5,2 процента больше чем в 2011 году.

В мире Россия находится на восьмом месте по экспорту товаров. В 2012 году Россия заработала 530 миллиардов долларов, а Германия занимает третье место после Китая и США по экспорту. В 2012 году Германия заработала 1410 миллиардов долларов.

Россия и Германия входят в десятку лучших стран по товарообороту, что показывает высокий уровень обеих стран. Эти две страны становятся с каждым годом все важнее друг для друга.

В настоящее время идут разговоры между двумя странами о свободной экономической торговой зоне. После того, как Россия была в апреле партнером международной ярмарки в Ганновере, отношения между двумя странами укрепились еще больше. Эти отношения дают новые возможности для инвесторов и для фирм, которые хотят вступить в контакт с Германией или с Россией.

.....