**Услуги на мировом рынке**

Рахматуллина Ляйсана Ильдаровна. Доцент;

Анищенко Екатерина Вячеславовна, студент;

Кабдагалиева Дана Сериковна, студент

Оренбургский Государственный Аграрный Университет

Аннотация: в данной статье мы раскрываем сущность международного рынка услуг. Рассматриваем основные виды услуг, а также выделяем специфические особенности, основные тенденции и функционирования международного рынка услуг.

Мировой рынок услуг — это система международных отношений по регулярной купле-продаже услуг как особых форм товаров (мировой рынок, напомним, представлен обычными товарами — факторами производства и потребительскими благами; особыми товарами — услугами и особыми услугами — результатами интеллектуальной деятельности людей).

Сфера услуг играет значительную роль на международном рынке. Значимость услуг в экономике в различные страны мира выражается во взаимосвязи с экономическим ростом в стране. Чем выше экономический потенциал, тем больше развита сфера услуг.

В мировой экономике используется более 600 видов услуг. По классификации ВТО услуги имеют следующую структуру: услуги для бизнеса; строительные услуги; услуги связи (информационные: почтовые, курьерские, телекоммуникационные); дистрибуционные (услуги торговых агентов, маркетинг, франчайзинг, розничная и оптовая торговля); транспортные услуги; финансовые услуги; образовательные услуги; услуги здравоохранения; туристические услуги; рекреационные услуги; услуги по охране среды обитания; услуги, в другом месте не классифицированные. [3]

Услуги, поступающие преимущественно в личное потребление, не могут быть вовлечены в международный хозяйственный оборот. Большие перспективы в международной торговле услугами имеются у туризма, здравоохранения, образования, культуры и искусства. Торговлю услугами называют «невидимой», что сказывается неощутимостью и невидимостью большинства услуг, но некоторые виды услуг обладают характерными особенностями: ощутимость, видимость, способность к хранению, отсутствие необходимости прямого взаимодействия покупателя и продавца.

В СНС услуги подразделяются на четыре группы: 1) потребительские (туризм, гостиничные услуги); 2) социальные (образование, медицина); 3) производственные (инжиниринг, консалтинг, финансовые и кредитные услуги); 4) распределительные (торговые, транспортные, фрахтовые). [3]

Одной из отличительной особенностью услуг, является то, что с одной стороны – это вид трудовой деятельности, который отличается от производства товаров, а с другой – это нематериальный и не ощутимый результат данной деятельности, которая имеет определённую полезность. И в процессе производства услуг оно не предполагает создание материальных вещей, однако результатом предоставленной услуги является её потребительская ценность.

Международная торговля позволяет странам получать доступ к услугам, создание которых на их территории невыгодно. Он способствует перемещению услуг за счет разделения экономических взаимодействий между странами на сектора. [1]

Специализация страны в международной торговле зависит от уровня экономического развития. В развитых странах основополагающими являются финансовые, телекоммуникационные и деловых услуг. Так лидерами по предоставлению туристических услуг входят Европейский регион, его посетило 742 млн туристов (51%).На втором месте Азиатско- Тихоокеанский регион, его посетило 364 млн. туристов (25%). Американский регион на третьем месте, его посетило 220 млн. туристов (15%). На четвертом месте Африканский регион: его посетило 71 млн. туристов (5%). На последнем месте Ближний Восток, его посетило 64 млн. туристов (4%). [2]

К настоящему времени национальный рынок сферы услуг России имеет положительную динамику, обладает значительными темпами развития и является одним из самых перспективных секторов/отраслей Российской экономики. Секторальная перспективность сферы услуг рынка России определяется постепенным усложнением процессов производства и насыщения рынка новыми инновационными товарными продуктами. Доля сферы услуг в России на 2022 год составляет 6,3 трлн рублей. [3]

Наиболее сильны позиции России в мировой торговле строительными услугами. [2]

По экспорту данного вида услуг Россия занимает 5-е место в мире после Китая, Республики Корея, Японии и Дании.

Главными партнерами России в торговле услугами выступают Германия, Швейцария, США, Кипр и Великобритания. Основной объем экспорта услуг пришелся в 2020 г. на Швейцарию (7,6% от совокупного показателя), США (7,5%), Кипр (6,8%), Германию (6,2%) и Китай (5,5%). услугами России, млрд долл. США

Наибольший импорт услуг России зафиксирован из Германии (7,0%), Ирландии (6,3%), Великобритании (6,1%), Китая (5,4%) и Кипра (5,2%).

Общий объем внешней торговли услугами разделен на сектора. Среди них наибольшая доля мирового ВВП приходится на транспортные услуги, туризм, финансы, телекоммуникации и информационные услуги. Другие услуги включают строительство, отдых, личные, культурные, государственные услуги и создание интеллектуальной собственности. [1]

Все эти разнообразные виды деятельности объединяет то, что по своей природе они участвуют в мировой торговле, другими словами, их можно определить, как платежи по нетоварным коммерческим сделкам, заключаемым между гражданами двух и более независимых стран и отражаемым в платежных балансах.

Но такое многообразное количество видов услуг, позволяет выделить более узкие отрасли рынки услуг, таких как: мировой рынок финансовых услуг, мировой рынок коммерческих услуг, мировой рынок транспортных услуг, мировой рынок туристических услуг и другие.

Нынешний этап международной торговли услугами характеризует о ее постоянном развитие. Он остается основной формой внешнеторговых отношений и приобретает особенности функционирования национальных экономик мирового сообщества.

Мировая торговля услугами и ее развитие опирается на выгоду, которую получают участвующие в ней страны, при этом выигрыш, который находится в основе данной выгоды, определяется направлениями внешнеторговых потоков. Торговля услугами на международном уровне позволяет странам развивать свою специализацию, увеличивать объем оказываемых услуг, в конечном счете, преследуя цель повышения уровень благосостояния своего населения.

К основным существенным тенденциям, присущим процессу международной торговли услугами относятся следующие: [4]

Во-первых, повышение роли сферы услуг в мировой экономике и формировании глобального спроса, трансформации развивающихся рынков ведут к расширению потребления услуг;

Во-вторых, цифровизация и внедрение новых информационных и иных технологий оказывают наибольшее влияние на рынок услуг, стремительно растет виртуальная торговля услугами, появляются возможности для участия в торговле услугами у широкой массы предпринимателей и домохозяйств, стирается грань между внутренней и международной торговлей услугами;

В-третьих, развитие интеграционных процессов, охватывающих сферу услуг, в Евразии и Азиатско-Тихоокеанском регионе, в особенности формирование единого рынка услуг в рамках Евразийского экономического союза, заключение новых торговых соглашений Евразийского экономического союза с третьими странами;

В-четвёртых, развитие международной торговли услугами в современных условиях является одним из важнейших проявлений глобализации мировой экономики.

Основными факторами, характеризующими интенсивное развитие международной торговли услугами, являются: [4]

1) НТП и связанные с ним сдвиги в международном разделении труда, при котором предприятия разных стран специализируются на изготовлении определённых товаров и услуг, обмениваясь ими;

2) изменение структуры потребления населением современного мира, услуги, которые оказываются населению и удовлетворяют потребности человека;

3) усиление роли ТНК в мировой экономике, превращение услуг в составной элемент их производственной деятельности, действуя в наиболее наукоемких отраслях, ТНК расширяют продажу новейших видов наукоемкой продукции, значительную часть стоимости которой составляют услуги;

4) переход ведущих стран мира, а вслед за ними и других стран к современному «новому информационному обществу», в основе которого лежат информационные и телекоммуникационные технологии. Информационные услуги бывают различного вида, например,: поиск и подбор информации. Различные кадровые агентства оказывают услуги по подбору персонала. К информационным услугам можно отнести деятельность различных учебных центров, рекламных агентств, разработку программ и веб-сайтов;

5) растущая взаимозависимость международной торговли различными

видами услуг, многие из которых реализуются «в одном пакете».

Динамика развития торговли услугами в России отличается от общемировых тенденций. Поэтому улучшение ситуации в сфере услуг невозможно без модернизации этой сферы, необходимо поддерживать баланс между интересами по защите своего внутреннего рынка и потребностью страны. Поэтому главной задачей России должна стать работа по ускорению развития сферы услуг: расширять круг поставляемых услуг и активнее внедряться на перспективные рынки.

Литература:

1.Джанибекова И.А., Международная торговля услугам / Московский экономический журнал// —2021. — № 11. — С.6

2.Лихошерстова, Г.Н. Глобализация мировых экономических процессов и ее влияние на развитие услуг сервиса: структурный механизм сегментирования потребительских предпочтений на потребительском рынке России /Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса// — 2020. — № 2. — С. 52-64

3.Ошуркова Т.Г., Мировые рынки услуг в 2020-2021 гг. / Центр управления финансами// — 2021 — С.2

4.Распоряжение Правительства РФ от 14.08.2019 N 1797-р (ред. от 14.03.2023) «Об утверждении Стратегии развития экспорта услуг до 2025 года» //Особенности и тенденции международной торговли услугами. —14.03.2023