

Тема 3. Международная торговля товарами, историческая эволюция. Международная торговля услугами.

1. Понятие международной торговли товарами.
2. Структура мировой торговли (товарная, географическая).
3. Торговая политика национальных государств и регулирование внешней торговли.
 - 3.1. Тарифные меры регулирования внешней торговли.
 - 3.2. Нетарифные меры регулирования внешней торговли.
4. Особенности международной торговли услугами

Понятие мировой торговли

Мировая торговля (МТ) — это одностороннее перемещение за границу товарно-материальных ценностей в обмен на денежные потоки.

Заинтересованность отдельных стран в расширении своих международных торговых связей объясняется:

- ✓ потребностями сбыта продукции на внешних рынках;
- ✓ необходимостью получения отдельных товаров извне;
- ✓ стремлением извлечь более высокую прибыль в связи с использованием дешёвой рабочей силы и сырья других стран.

Современные особенности мировой торговли

- ✓ Резкое возрастание объёмов международной торговли товарами и услугами под влиянием НТР.
- ✓ Изменения в географическом распределении.
- ✓ Изменения в товарной структуре мирового экспорта под воздействием НТР в сторону увеличения обмена наукоёмкой продукцией и услугами.
- ✓ Появление новых отраслей и производств и растущая зависимость ряда стран от импорта некоторых видов продукции. Тенденции к увеличению импортной зависимости стран.
- ✓ Превращение из простой реализации на внешнем рынке определённого излишка продукции в заранее согласованные поставки товаров между кооперирующимися предприятиями разных стран.

Показатели состояния и развития международной торговли

- ✓ Стоимостной и физический объём мирового товарооборота.
- ✓ Общая товарная и географическая структура мирового товарооборота.
- ✓ Уровень специализации и индустриализации экспорта.
- ✓ Экспортная и импортная квоты.
- ✓ Сальдо торгового баланса.
- ✓ Сравнительное соотношение доли стран в мировом производстве ВВП и международной торговле.

Роль международной торговли

М
Е
Ж
Д
У
Н
А
Р
О
Д
Н
А
Я

Преодолевают ограниченность национальной ресурсной базы
Расширяет ёмкость внутреннего рынка и устанавливает связи национального рынка с мировым
Расширяет масштабы производства, ограниченные кривой производственных возможностей
Обеспечивает получение дополнительного дохода за счет разницы национальных и интернациональных издержек производства
Развивает специализацию страны, увеличивает объём производства

Т
О
Р
Г
О
В
Л
Я

Основные факторы, оказывающие влияние на устойчивый рост объёмов международной торговли

- 1) развитие международного разделения труда и интернационализация производства;
- 2) научно-техническая революция (НТР), которая способствует обновлению основного капитала;
- 3) активная деятельность ТНК на мировом рынке ;
- 4) либерализация международной торговли;
- 5) развитие процессов экономической интеграции;
- 6) включение развивающихся стран и стран с переходной экономикой в систему МЭО.

2. Структура мировой торговли (товарная, географическая)

Доля регионов в мировом экспорте



Источник: http://www.tepka.ru/geografiya_11/44.html

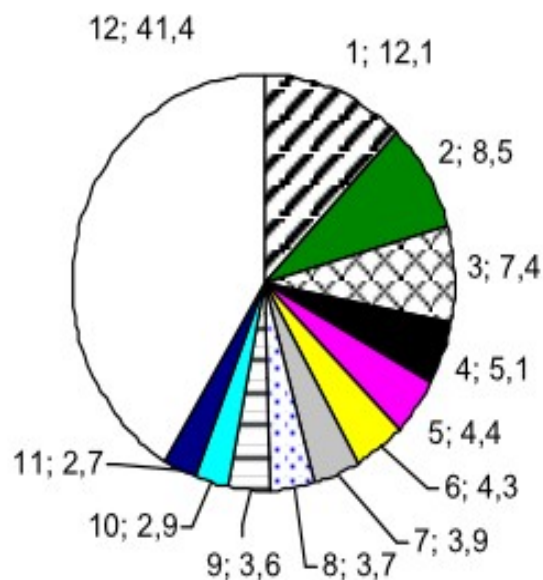
Внутриблочная торговля

Объединение стран	Доля в товарообороте, %
ЕС	62,0
НАФТА	40,1
АСЕАН	24,2
МЕРКОСУР	14,6
Таможенный Союз ЕвразЭС	12,1

Источник: Афонцев С.А. Международнй опыт экономической интеграции: уроки для Таможенного союза / XI Международная научная конференция «Устойчивое развитие регионов: Россия и ВТО» Екатеринбург, 18-19 апреля 2014 г. - <http://www.aret.ru/.files/74/file/Afontsev%20presentation%202014-04.pdf>

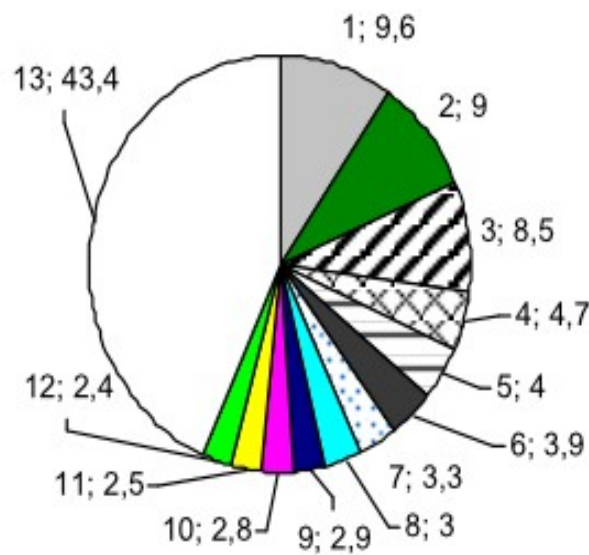
Доля стран в мировом экспорте товаров

2000 г.



1	США
2	Германия
3	Япония
4	Франция
5	Великобритания
6	Канада
7	Китай
8	Италия
9	Нидерланды
10	Бельгия
11	Республика Корея
12	Другие

2009 г.



1	Китай
2	Германия
3	США
4	Япония
5	Нидерланды
6	Франция
7	Италия
8	Бельгия
9	Республика Корея
10	Великобритания
11	Канада
12	Россия
13	Другие

Источники: WTO, International Trade Statistics, 2010.

Калабеков И.Г. Российские реформы в цифрах и фактах - <http://kaivg.narod.ru>

Географическая структура мировой торговли промышленной продукцией, %

	Экспорт			Импорт		
	1990	2000	2008	1990	2000	2008
Западная Европа (26 стран)	54.2	42.3		50.3	40.2	
ЕС-27 (весь экспорт/импорт)			44.1			40.1
ЕС-27 (только экспорт за пределы ЕС, импорт из-за пределов ЕС)			15.0			11.9
США	12.1	13.8	9.2	15.4	19.7	13.1
Канада	3.1	3.7	2.0	3.8	4.1	2.9
Мексика	1.1	3.0	2.0	1.3	3.0	2.2
Итого страны НАФТА	16.3	20.5	13.3	20.5	26.8	18.2
Гонконг	1.1	0.5	0.1	0.9	0.5	0.1
Индонезия	0.4	0.8	0.5	0.7	0.6	0.7
Китай	1.9	4.7	12.7	1.7	3.5	6.8
Республика Корея	2.5	3.3	3.5	1.8	2.0	2.1
Малайзия	0.7	1.7	1.2	0.9	1.4	1.1
Сингапур	1.0	1.3	1.0	0.6	1.1	1.2
Таиланд	0.6	1.1	1.2	1.0	1.0	1.1
Тайвань	2.6	3.0	2.1	1.5	2.2	1.3
Япония	11.5	9.6	6.6	4.1	4.3	3.2
Итого 9 стран Азии	22.3	25.9	29.0	13.3	16.6	17.6
Итого 3 центра	92.7	88.7	86.4	84.1	83.1	75.9

Источник: Соколов В. Тенденции развития мировой товарной торговли в 1990 — 2008 годах / МЭ и МО, № 2, 2011, с. 37

Товарная структура мирового экспорта

Товарные группы	Фактически			Прогноз	
	1990 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.
Готовые изделия	70,4	77,5	80,8	83,2	85,3
в том числе:					
машины и оборудование	35,8	41,9	44,8	47,4	49,5
химические продукты	8,5	9,6	9,9	10,2	10,3
промежуточные инвестиционные товары	7,8	7,6	7,3	6,5	6,5
текстиль и одежда	6,3	6,1	5,9	5,9	5,4
другие потребительские товары	11,9	12,3	12,9	13,4	13,6
Сырье и продукты	17,4	12,5	10,4	8,9	7,6
в том числе:					
топливо	10,5	7,3	6,1	5,3	4,4
черные металлы	3,1	2,3	1,9	1,6	1,4
цветные металлы	2,1	1,8	1,6	1,5	1,3
руды и другие минералы	1,7	1,1	0,8	0,6	0,5
Аграрные продукты	12,2	10,0	8,8	7,9	7,1
в том числе:					
продовольствие	9,3	8,0	7,2	6,6	6,0
сельскохозяйственное сырье	2,9	2,0	1,6	1,3	1,1

3. Торговая политика национальных государств и регулирование внешней торговли.

Внешнеторговая политика - совокупность государственных средств и методов регулирования внешней торговли.

Цель внешнеторговой политики - регулирование экспорта и импорта для успешного развития национальной экономики и реализации страной максимальной выгоды.

Внешнеторговые принципы

Протекционизм – теория и практика регулирования внешней торговли, направленная на защиту национальных хозяйствующих субъектов как на внутреннем, так и на внешнем рынке

Свободная торговля – теория и практика невмешательства государства в международную торговлю

Основные формы

- односторонний протекционизм: регулирование внешней торговли без согласования с партнером
- двусторонний протекционизм: согласование выдвигаемых мер с партнером
- многосторонний протекционизм: участие в разработке торговой политики ряда стран

В чистом виде не встречаются

3.1.Тарифные меры регулирования внешней торговли.

Понятие таможенного тарифа

Свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товаром, перемещаемым через таможенную границу.

Понятие таможенной пошлины

Вид косвенного налога, увеличивающего стоимость и цену товара. Это обязательный взнос, взимаемый таможенными органами при импорте или экспорте товаров.

Функции таможенной пошлины

Протекционистская (защитная) — относится к импортным пошлинам, с помощью которых государство ограждает национальных производителей от нежелательной иностранной конкуренции.

Балансировочная — относится к экспортным пошлинам, установленным с целью предотвращения нежелательного экспорта товаров, внутренние цены на которые ниже мировых.

Фискальная относится как к импортным, так и к экспортным пошлинам, так как они являются одной из статей доходной части госбюджета.

Виды таможенных пошлин

По объекту обложения

- ✓ Импортные.
- ✓ Экспортные.
- ✓ Транзитные.

Виды таможенных пошлин

По способу взимания

- ✓ Адвалорные — взимаемые в процентах от стоимости товара;
- ✓ Специфические — взимаемые в виде определённой денежной суммы с веса, объёма или штуки товара.
- ✓ Смешанные — предполагающие одновременное применение адвалорных и специфических пошлин.

Виды таможенных пошлин

По типам ставок

- ✓ Постоянные.
- ✓ Переменные — ставки таможенного тарифа, подверженные изменениям в некоторых особых случаях.

Виды таможенных пошлин

По характеру

- ✓ Сезонные — применяемые в определённые периоды года.
- ✓ Антидемпинговые — применяемые в случае ввоза в страну товаров по цене более низкой, чем их нормальная цена в экспортирующей стране.
- ✓ Компенсационные — накладываемые на импорт тех товаров, при производстве которых прямо или косвенно использовались субсидии, если их экспорт приносит ущерб национальному производству.

Виды таможенных пошлин

По способу вычисления

- ✓ Номинальные — выступающие как тарифные ставки, указанные в таможенном тарифе.
- ✓ Эффективные — отражающие реальный уровень таможенных пошлин на конечные товары, вычисленные с учётом уровня пошлин на импортные узлы и составляющие этих товаров.

Виды таможенных пошлин

По происхождению

- ✓ Конвенционные — устанавливаются на базе двух или многостороннего соглашения.
- ✓ Автономные — вводимые на основании односторонних решений той или иной страны.
- ✓ Преференциальные — имеющие более низкие ставки по сравнению с обычно действующими таможенными тарифами, накладывающиеся на основе многосторонних соглашений на товары, происходящие из развивающихся стран.

3.2. Нетарифные меры регулирования внешней торговли.

Основное преимущество нетарифных ограничений (НТО) — гибкость и возможная избирательность действия.

Цель НТО — усиление конкурентных преимуществ компаний импортирующей страны; защита национальной промышленности жизни и здоровья людей, окружающей среды.

Виды нетарифных ограничений

Административные — запреты или ограничения (например, эмбарго — полный запрет на торговлю определёнными товарами).

Экономические.

Экономические ограничения

- ✓ Количественные (квотирование, лицензирование, добровольные ограничения экспорта).
- ✓ Финансовые (меры валютного регулирования, субсидии, финансовые льготы, требования предварительной оплаты импорта и /или импортных налогов).
- ✓ Технические (стандарты и технические нормы, сертификация и дополнительные требования по безопасности потребителей, специальные требования по маркировке, упаковке и т. д.)
- ✓ Паратарифные (косвенные налоги, сборы и платежи увеличивающие стоимость импортируемого товара).

Демпинг

Демпинг — метод финансовой нетарифной политики, который заключается в продаже товаров на внешних рынках по ценам более низким, чем на внутреннем рынке (как правило, ниже издержек производства). Одно из средств конкурентной борьбы за внешние рынки.

Демпинг представляет собой ценовую дискриминацию, то есть продажу одного и того же товара по разным ценам на разных рынках.

Типы демпинга (по законодательству)

* **Ценовой демпинг** — продажа на экспортном рынке товара по цене, которая ниже его цены на национальном рынке.

* **Стоимостный демпинг** — продажа товара на экспортном рынке по цене, которая ниже его себестоимости.

Формы демпинга

* **Спорадический демпинг** — эпизодическая продажа излишних запасов товаров на внешний рынок по заниженным ценам.

Происходит тогда, когда внутренние объёмы производства товара превышают ёмкость внутреннего рынка.

* **Преднамеренный демпинг** — временное умышленное снижение экспортных цен с целью вытеснения конкурентов с рынка и последующего установления монопольных цен.

Формы демпинга (продолжение)

- * **Постоянный демпинг** — постоянный экспорт товаров по цене ниже их себестоимости.
- * **Обратный демпинг** — завышение цен на экспорт по сравнению с ценами продажи тех же товаров на внутреннем рынке.
- * **Взаимный демпинг** — встречная торговля двух стран одним и тем же товаром по заниженным ценам.

Способы международной торговли услугами

- 1. Трансграничная торговля** (продавец и покупатель услуги не перемещаются через границу, её пересекает только услуга).
- 2. Потребление за границей** (потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу на территории другой страны).
- 3. Торговое (коммерческое) присутствие в стране предоставления услуги** (открытие представительств иностранной фирмы, через которые осуществляет предоставление услуги).
- 4. Присутствие физических лиц, предоставляющих услугу** (деятельность людей, которые приезжают из-за границы в страну, где находится потребитель услуги, например, проезд иностранных специалистов).

Виды услуг, реализуемых в мировой торговле

Виды услуг	Номенклатура услуг
Социально-культурные	Наука, научное обслуживание, образование, медицина, физическая культура, социальное обслуживание, искусство, культура, туризм, другие рекреационные услуги
Производственно-бытовые	Строительство, транспорт, связь, складское хозяйство, коммунальное обслуживание, торговля, реклама, биржевые, посреднические, операции с недвижимостью, аренда, в т.ч. оборудования, услуги по изучению рынков, контролю за качеством, послепродажное обслуживание
Социально-бытовые	Бытовые услуги, общественное питание, гостиничное обслуживание
Финансово-страховые	Финансовые, банковские, страховые и т.п.
Профессиональные	Консалтинг, инжиниринг, юридические, бухгалтерские, информационно-вычислительные услуги

Структура экспорта услуг

Вид услуг	Доля экспорта, %	
	2000	2012
Транспорт	23,2	20,5
Туризм	31,9	25,5
Другие услуги	44,8	53,9

Источник: WTO. International Trade Statistics 2013

Доминирующее положение в международной торговле услугами занимают развитые страны: США, Великобритания, Германия, Франция, Италия, Нидерланды и др. На их долю приходится около 75% мирового экспорта и импорта услуг, причём на долю США приходится около 20% экспорта и 15% импорта услуг. Доля экспорта услуг всех развивающихся стран составляет 20%, а импорта — на 5-10% больше.