

ЭКОНОМИКА,
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ:
НОВОЕ В ОТНОШЕНИЯХ РОССИИ
И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

© 2019 г. А. Невская

*НЕВСКАЯ Анастасия Алексеевна, кандидат экономических наук,
ИМЭМО им. Е.М. Примакова РАН, РФ, 117997 Москва, Профсоюзная ул., 23 (nevskaya@imemo.ru).*

Статья поступила в редакцию 26.10.2018.

В статье рассматривается экспорт услуг из России в страны Европейского союза как потенциальный источник реформирования структуры торговых связей между сторонами. На основе анализа потребностей рынка ЕС в импорте услуг, возможностей российских компаний и изменений трансграничной экономической среды, связанных с цифровизацией, сделан вывод о том, что наиболее перспективными направлениями для российских сервисных компаний на рынке ЕС могут стать посреднические услуги в сфере электронной коммерции (развитие национальных маркетплейсов), а также телекоммуникаций.

Ключевые слова: сфера услуг, интеллектуальные услуги, экспорт услуг, цифровизация, цифровые платформы, Европейский союз, Россия.

DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-3-49-58

Сфера услуг давно стала доминирующей частью экономик не только развитых, но и многих развивающихся стран. О ее высокой роли свидетельствуют доля в ВВП, вклад в экономический рост, промышленное и инновационное развитие, а также в конкурентоспособность государства на международной арене¹. Сфера услуг может сыграть не последнюю роль в отношениях России и Европейского союза, переживающих не лучшие времена вследствие политических проблем и крупных структурных перекосов. Перспективными в этом смысле выглядят новые отрасли, рынки и процессы, возникающие в результате “цифровой революции”. Формирующиеся рынки предполагают незанятые ниши с низким порогом входа. Цифровая экономика довольно легко преодолевает границы государств, а многие сервисы изначально имеют трансграничный характер. Для России, активно участвующей в процессах цифровизации экономики и общественной жизни, упомянутые тенденции на рынках услуг могут стать источником серьезных конкурентных преимуществ, в том числе на рынках ЕС.

В научных исследованиях и докладах международных экономических организаций торговля ус-

лугами традиционно рассматривается через призму ее воздействия на такие показатели, как объем импорта и экспорта, уровень производительности промышленного сектора, прямые инвестиции, конкурентоспособность, устойчивое развитие и др. [2, 3, 4, 5, 6]. Нередко анализ развития этой сферы экономики как в отечественной, так и в зарубежной литературе опирается на данные, полученные на уровне фирм [7, 8]. Особое внимание уделяется наукоемким и интеллектуальным услугам и последствиям кризиса, наблюдавшегося в этом секторе в России в 2014–2015 гг. [9]. Интерес исследователей обращен также на внешнюю торговлю наукоемкими услугами [10, 11], прорабатываются сценарии развития российской торговли услугами с учетом цифровизации региональной экономики, оцениваются возможности экспорта капитала российскими компаниями сферы услуг [12, 13, 14].

При оценке состояния и перспектив двусторонних торговых связей важно понимать специфику и потребности рынков стран-реципиентов. Иными словами, наряду с отраслевым подходом значим и региональный. Попробуем совместить эти два подхода на примере взаимодействия России и ЕС в сфере услуг.

РОССИЙСКИЕ УСЛУГИ НА РЫНКАХ ЕС:
СТАТИСТИЧЕСКИЙ СРЕЗ

Торговля услугами между Россией и ЕС развивается с сильным дисбалансом в пользу европейских партнеров, особенно по интеллектуальным

¹ Взаимосвязь между качеством услуг и эффективностью (в том числе экспортной) реальных производств доказана исследованиями, основанными на эмпирических данных на уровне фирм. Так, в исследовании Б. Хукмана и Б. Шеперда показано, что 10% повышение производительности в сфере услуг способствует увеличению производительности реального сектора на 0.3%, а экспорта – на 0.2% [1]. Наиболее сильный эффект на производительность и объемы экспорта промышленных товаров оказывают транспортные услуги и розничная торговля.

услугам. Об этом свидетельствует, в частности, сальдо торгового баланса между Россией и ЕС за 2014–2016 гг., где дисбаланс по этой категории услуг наиболее заметен, хотя он и стал сокращаться под влиянием кризиса во взаимоотношениях и общего сжатия торгово-экономических связей (рис. 1).

Наблюдающееся в последние годы сокращение отрицательного сальдо торгового баланса практически по всем отраслям сферы услуг связано, скорее, именно с сокращением оборота в целом, нежели с усилением позиций российских экспортеров. Небольшой рост российского экспорта услуг в 2014–2016 гг. отмечался лишь по категории “Переработка товаров, принадлежащих другим

сторонам”. По всем остальным категориям наблюдалось падение, особенно в таких секторах, как “Транспортные услуги”, “Поездки” и “Прочие деловые услуги” (рис. 2).

При анализе масштабов и направления потоков экспорта услуг из РФ в страны ЕС важно учитывать его географическую структуру. В российском экспорте традиционно важную роль играют офшорные и спарринг-офшорные юрисдикции (в случае стран ЕС – это Кипр, Нидерланды, Люксембург, Ирландия и отчасти Великобритания). Распределение экспортных потоков между странами-реципиентами позволяет оценить, насколько силен этот фактор в случае торговли услугами (рис. 3).

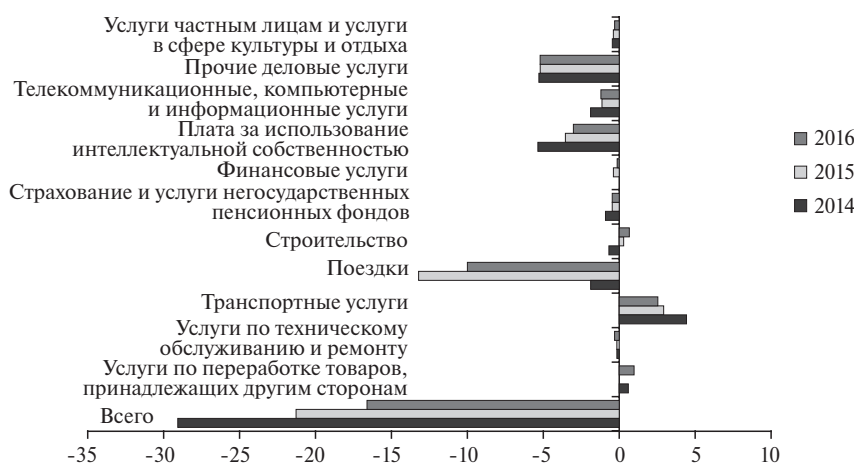


Рис. 1. Сальдо торгового баланса некоторыми видами услуг между Россией и ЕС в 2014–2016 гг., млрд долл.

Составлено по: [15].

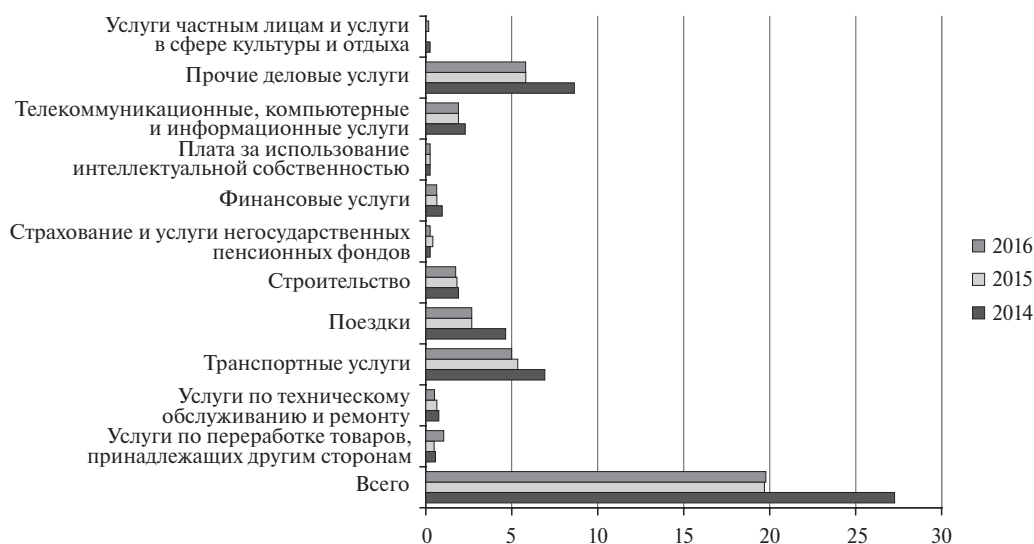


Рис. 2. Динамика экспорта услуг из России в страны ЕС по отраслям, 2014–2016 гг., млрд долл.

Составлено по: [15].

Как и в предыдущие годы, в 2016 г. главным реципиентом российских услуг стала Великобритания, с небольшим отставанием от нее находились Германия и Кипр. В случае с Великобританией особенно заметны различия ее роли в торговле товарами и услугами с Россией. В торговле товарами ее роль невелика и не соответствует размерам экономик и потенциалам двух стран, что обусловлено главным образом политическими причинами. В случае же торговли услугами более заметную роль играют объективные экономические факторы и тот факт, что Великобритания традиционно специализируется на торговле услугами и является одним из безусловных мировых лидеров в этой сфере.

Заметная роль Кипра в торговле услугами с Россией объясняется скорее особенностями финансового законодательства страны и присутствием большого числа аффилированных с российскими компаниями структур в ее экономике, чем реальными объемами трансграничного оборота. И лишь в случае с Германией и Францией их роль и место в экспорте российских услуг действительно отражает реальный уровень торгового взаимодействия. Это подтверждает и товарная структура российского экспорта на эти рынки (рис. 4).

Транспортные услуги в основном поставляются на Кипр и в Соединенное Королевство (а также

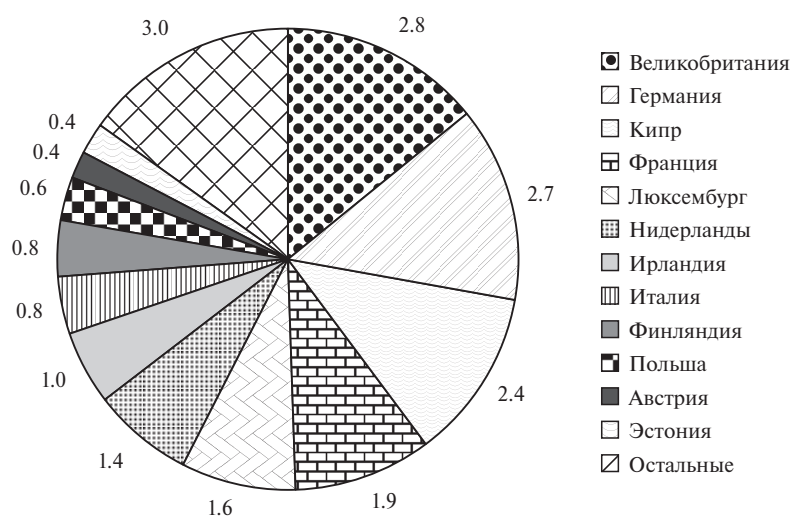


Рис. 3. География экспорта услуг из России в страны ЕС в 2016 г., млрд долл.

Составлено по: [15].

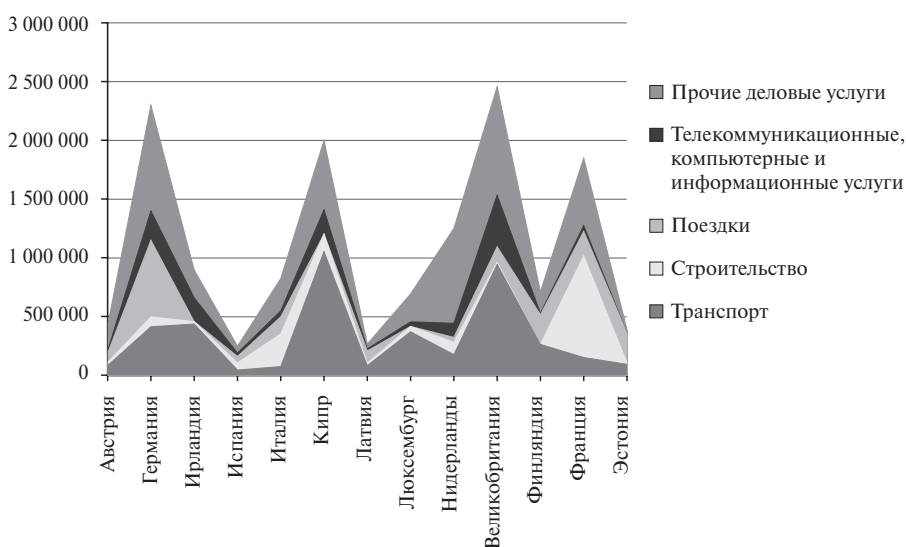


Рис. 4. Распределение российского экспорта услуг между некоторыми странами ЕС в 2016 г., тыс. долл.

Составлено по: [15].

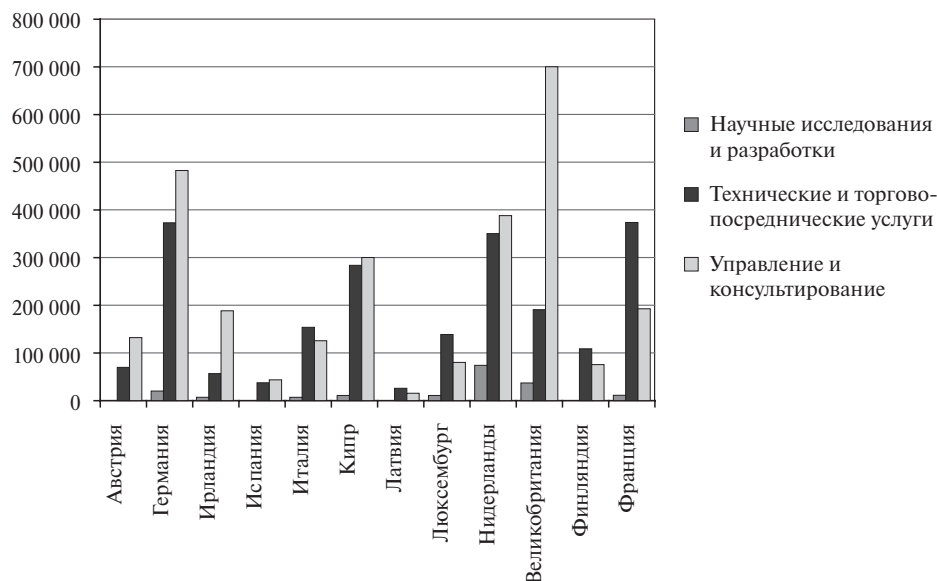


Рис. 5. Распределение российского экспорта прочих деловых услуг в некоторые страны ЕС по категориям в 2016 г., тыс. долл.

Составлено по: [15].

в Ирландию и Люксембург), что говорит об условном характере этих продаж, поскольку немалая их часть – это трансакции между российскими предприятиями и их же дочерними или аффилированными структурами, зарегистрированными в соответствующих юрисдикциях. Основные объемы реальных транспортных услуг, оказываемых российскими поставщиками, приходятся на Германию и Финляндию, что объяснимо, учитывая интенсивный характер внешнеторговых связей России с этими государствами.

В сравнении с транспортными и строительными услугами заметно уступают относящиеся к интеллектуальным “телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги”. Из стран, не относящихся к числу благоприятных для регистрации аффилированных структур, только Германия получает сколько-нибудь значимый объем такого рода услуг из России.

“Прочие деловые услуги” представляют собой скорее усредненный вариант между внутрифирменными услугами, оказываемыми преимущественно через офшорные и спарринг-офшорные юрисдикции (например, финансовые услуги), и услугами, реально торгуемыми в рамках трансграничного межфирменного и *B2C* оборота (поездки, строительство). “Прочие деловые услуги” занимают ведущее место в торговле услугами с Австрией, Германией и Италией, но наиболее высокий показатель их экспорта из России в Великобританию, Ирландию, Кипр и Нидерланды. Если же обратиться к отдельным составляющим “прочих

деловых услуг”², то можно увидеть, что в поставках во все рассматриваемые страны преобладают услуги по управлению и консультированию, а также технические и торговые посреднические услуги (рис. 5).

Крайне низкими остаются показатели российского экспорта результатов научных исследований и разработок. В сравнении с другими странами более активно они экспортируются в Нидерланды и Великобританию. Учитывая активную включенность этих юрисдикций в спарринг-офшорные операции, можно предположить, что часть такого экспорта, идущего в эти страны, имеет внутрифирменный характер.

В целом же в экспорте российских услуг в страны ЕС можно выделить несколько основных трендов:

- заметное сокращение объемов поставок услуг всех категорий в период кризиса, начавшегося в 2014 г.;

- преобладание среди реципиентов российских услуг стран, традиционно используемых для регистрации дочерних и аффилированных структур;

- преобладание услуг “неинтеллектуального” характера в структуре российского экспорта услуг – транспортных, торгово-посреднических, строительных, а также услуг, связанных с поездками.

² К этой категории услуг относятся, в частности, научные исследования и разработки, профессиональные услуги и консультационные услуги в области управления, технические, торгово-посреднические и прочие деловые услуги, в том числе операционный лизинг [2].

В сложившихся условиях развитие взаимодействия России и ЕС в сфере торговли услугами может происходить по двум сценариям. Первый предполагает, что имеющийся у нашей страны задел (в сфере транспортных, строительных и связанных с поездками услуг) может и должен развиваться, в том числе путем экспансии на рынки стран ЕС. Новый импульс этому процессу дадут цифровизация и развитие электронной торговли. При правильном и своевременном дооснащении инфраструктуры цифровыми сервисами (например, за счет создания национальных конкурентоспособных маркетплейсов, распределительных мощностей, платежной инфраструктуры) Россия может занять заметное место в формируемых цифровой революцией цепочках добавленной стоимости на евразийском пространстве. Вместе с тем для качественного изменения структуры экономики России особое внимание необходимо обратить на преодоление отставания в развитии интеллектуальных и высокотехнологичных услуг, обеспечивающих высокую конкурентоспособность на международной арене.

Второй сценарий предполагает концентрацию основных усилий наших компаний на сегменте интеллектуальных услуг. Для расширения их экспорта необходимо выявить те рынки, которые в ближайшее время будут нуждаться в новых технологических, управленческих и прочих решениях. Одновременно необходимо определить, насколько рынок ЕС нуждается в расширении экспорта “традиционных” для России услуг, например, транспортных.

ДИНАМИКА РЫНКА УСЛУГ ЕС

Европейский союз принимает активное участие в мировой торговле услугами, импортируя их

в значительных объемах, но оставаясь при этом их нетто-экспортером (рис. 6). Наибольшие темпы роста импорта наблюдались по таким категориям, как “прочие деловые услуги” (7.4%) и “плата за пользование интеллектуальной собственностью” (5.7%). В последнем случае речь идет об одной из немногих категорий услуг, по которой Европейский союз является нетто-импортером с растущим отрицательным сальдо.

Россия поставляет в ЕС главным образом транспортные и строительные услуги, в то время как у европейских стран растет потребность в финансовых услугах и услугах по обеспечению права пользования интеллектуальной собственностью. Доля же импорта транспортных услуг и услуг по организации поездок снизилась за последнее десятилетие соответственно на 6.4 и 3.4%. Среди основных поставщиков транспортных услуг в ЕС доля России невелика, при этом в 2010–2016 гг. она снизилась с 5 до 3% (рис. 7).

Относительное совпадение векторов развития спроса и предложения у РФ и ЕС можно наблюдать в таком сегменте, как “прочие деловые услуги”. В сравнении с прочими позициями Россия экспортирует довольно большой объем такого рода услуг, в ЕС же спрос на эти услуги возрастает. Правда, пока Россия не готова в полной мере использовать потенциал этого рынка, о чем свидетельствует тот факт, что торговый баланс с ЕС по этой категории услуг складывается для нас с довольно большим отрицательным сальдо.

Доминирующую роль в совокупном импорте “прочих услуг” в страны ЕС играют исследования и разработки, а также юридические услуги (рис. 8). В российском же экспорте этой категории услуг

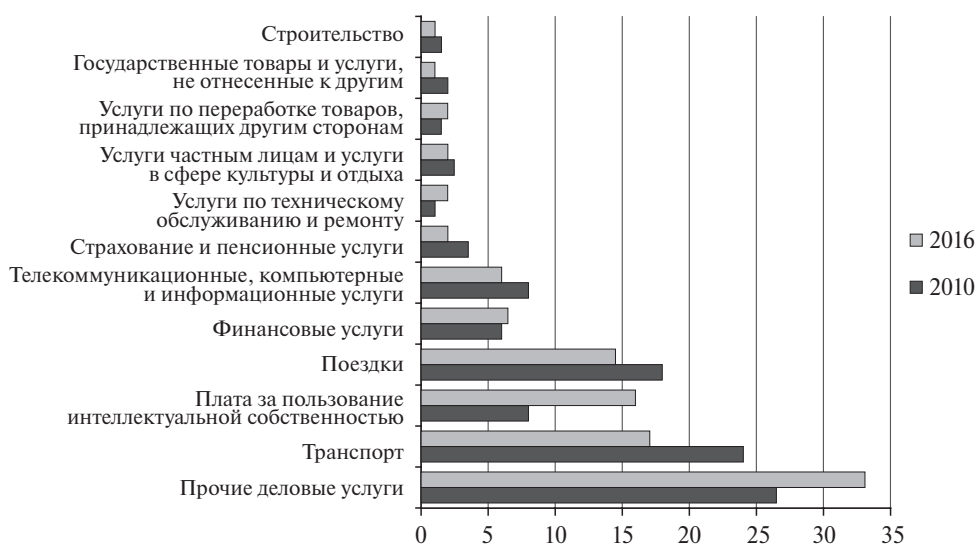


Рис. 6. Импорт услуг в страны ЕС по видам, %

Составлено по: [16].

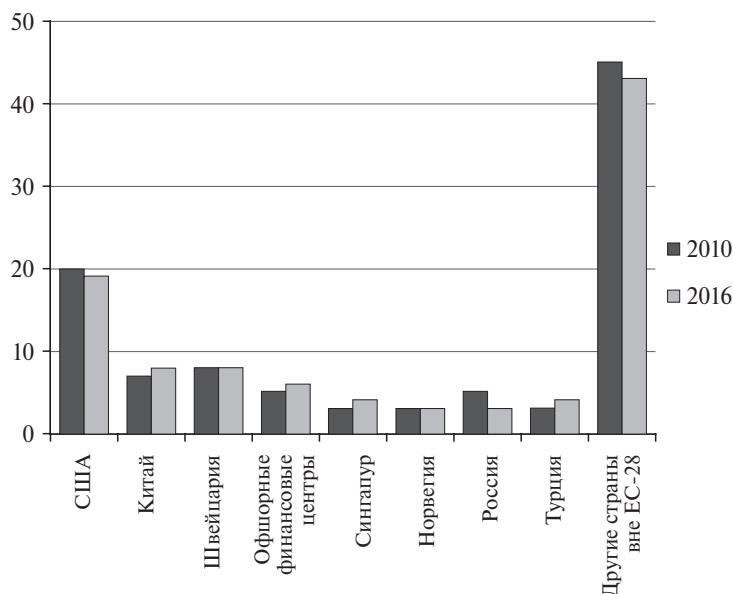


Рис. 7. Доли основных партнеров ЕС по импорту транспортных услуг, %

Составлено по: [16].

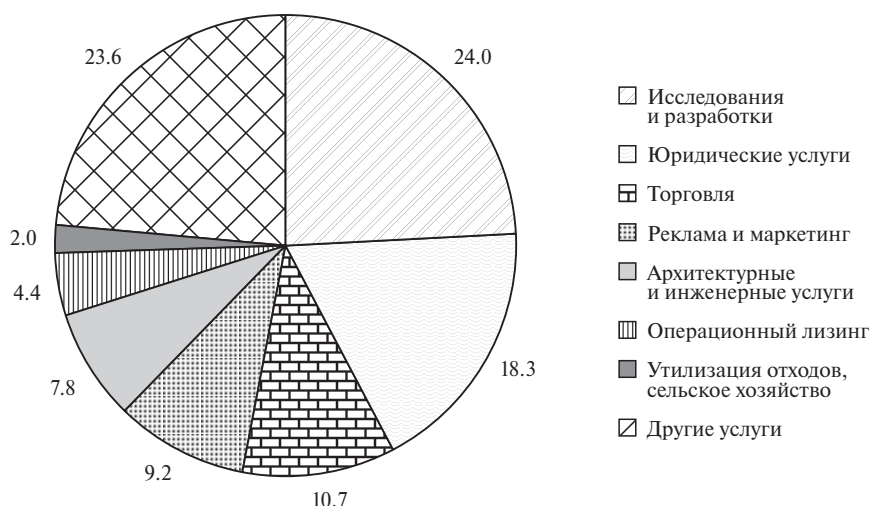


Рис. 8. Структура импорта по категории “прочие услуги” в страны ЕС в 2016 г., %

Составлено по: [16].

(рис. 5) преобладают управленческие и консультационные, а также торговно-посреднические услуги, тогда как исследования и разработки занимают весьма скромное место в поставках услуг в страны ЕС. Таким образом, структура экспорта услуг из России пока слабо адаптирована к потребностям ведущего торгового партнера.

Первый сценарий, связанный с развитием “традиционных” российских экспортно ориентированных услуг – в первую очередь транспортных – имеет серьезные ограничения со стороны спроса, даже с учетом перестройки отрасли в со-

ответствии с реалиями цифровизации. Для качественного рывка в торговле услугами между Россией и ЕС необходимо развитие конкурентоспособного сектора наукоемких и в целом “интеллектуальных” услуг внутри страны с акцентом на его экспортный потенциал. Развитие экспорта наукоемких услуг подразумевает ряд трансформаций сложившейся структуры взаимодействия России с партнерами на международной арене.

По оценке экспертов ЕС, в торговле услугами, связанными с ростом цифровизации и развитием информационно-коммуникационных техно-

логий, все более заметную роль играют крупные ТНК, тогда как средние и малые предприятия, ранее занимавшие основную нишу на этом рынке в ЕС, отходят на второй план [16]. Это характерно, в частности, для распределительных сетей, гостиничного бизнеса и финансовых услуг. Для России с ее слабым малым и средним предпринимательством и достаточно конкурентоспособными сервисными ТНК такое развитие событий имеет свои преимущества. В числе компаний, способных активизировать свою зарубежную экспансию в сфере услуг, можно назвать российские телекоммуникационные (“большая тройка” “ВымпелКом”, “Мегафон”, МТС, а также уже по сути ставшая глобальной *Telegram*), транспортные (РЖД, “Совкомфлот”, развивающий совместно с НОВАТЭКом проект транспортировки по Северному морскому пути, “Глобалтранс” и др.), а также строительные и туристические компании³.

Сложнее обстоят дела с поставками услуг на внешний рынок у отечественных финансовых и ИТ-компаний. Первые либо напрямую попали под санкции стран ЕС, либо связаны с попавшими под санкции госбанками; вторые – могут столкнуться с формальными и неформальными ограничениями, связанными с серией скандалов по поводу возможного “вмешательства российских хакеров” во внутриполитические процессы стран Запада.

Вместе с тем спрос на услуги компаний, работающих в области компьютерных и информационных услуг, в ближайшие годы будет возрастать и трансформироваться. “Цифровая революция будет формировать исключительно емкий и чрезвычайно диверсифицированный спрос на услуги в сфере информационных технологий и связанные с ними деловые и профессиональные услуги, использующие продвинутые программные продукты и решения” [13, с. 17]. Таким образом, несмотря на объективные и субъективные ограничения, можно утверждать, что именно цифровая сфера обладает наибольшим потенциалом для роста и качественного развития торгового сотрудничества между Россией и ЕС в сфере услуг. Рассмотрим подробнее основные аспекты подобного сценария.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ: ТРЕНДЫ И ПОТЕНЦИАЛ

Растущая цифровизация экономики порождает новые формы организации бизнеса, вовлекающие в процесс создания продукта или услуги самого потребителя и делающие его зачастую главным

³ Подробнее о международном потенциале российских сервисных ТНК см.: [14].

действующим лицом производственного процесса. Новые бизнес-модели проявляют себя и в международном экономическом взаимодействии, способствуя размыванию государственных границ.

Цифровизация способствует увеличению объема торговли услугами в целом и особенно оказываемых в цифровом формате; активизации сетевого характера взаимодействия субъектов торговли. Она ломает ранее сложившиеся цепочки добавленной стоимости и сокращает путь товара или услуги от продавца к покупателю. Изменения в способах торговли усложняют учет торговых потоков в новых сферах, усиливают роль покупателя в процессе создания товара или услуги (кастомизация). Проникновение во многие сферы жизни цифровых сервисов, отменяющих необходимость физического перемещения лиц или продуктов (например, внедрение цифровой подписи, электронного документооборота, развитие коммуникационных технологий и технологий дополненной реальности, рост распределенного производства и т.д.), сокращает потребность в транспортных услугах⁴.

Сегодня российские компании имеют шансы успешно конкурировать как на внутреннем, так и на зарубежных рынках прежде всего в отраслях, связанных с онлайн-торговлей, телекоммуникациями и каршерингом (предоставлением “автомобиля как услуги”) (табл.). Успех российских компаний именно в сфере торговых и телекоммуникационных услуг не случаен. В первом случае их конкурентным преимуществом является выгодное географическое положение нашей страны между Китаем и Европой. Оно позволяет встраиваться в логистические цепочки и предлагать конкурентоспособные решения, диверсифицируя пул как поставщиков, так и потребителей.

Вкупе с развитой сферой ИТ и наличием незанятых ниш на мировом рынке географическое положение страны делает российские маркетплейсы вполне конкурентоспособными. В случае с коммуникациями важную роль играет также солидный задел в сфере ИТ-решений и то обстоятельство, что применительно к ним мировой рынок еще только формируется. В рамках сложившейся системы конкурировать с признанными мировыми лидерами нам было бы гораздо сложнее.

В онлайн-торговле и телекоммуникациях имеющийся у России потенциал уже реально используется для работы на рынках зарубежных стран, в том числе Европейского союза. Однако, например, в сфере каршеринга отечественные компании-операторы пока ориентированы главным образом на внутренний рынок, хотя уже смогли достичь конкурентоспособного уровня техноло-

⁴ Подробнее о смене форматов работы бизнеса в сфере услуг в результате цифровизации см.: [13].

Таблица. Трансформация некоторых отраслей сферы услуг в результате внедрения цифровой экономики

Отрасль	Традиционный формат	Новый формат	Компании, меняющие рынок	Успешные российские компании
Торгово-посреднические услуги	Движение товара по схеме “производитель – оптовый покупатель – розничная торговая сеть – потребитель”	Покупатели напрямую взаимодействуют с производителем через маркетплейс – платформу, соединяющую товар и потребителя; отзывы потребителей становятся важным фактором спроса	<i>Alibaba, Amazon, eBay</i>	<i>Joom</i> – первый российский маркетплейс, занимающийся доставкой товаров из Китая по всему миру, в том числе в страны ЕС. Имеет офис в Латвии <i>Avito</i> – сервис по продаже поддержанных вещей, а также других категорий товаров и услуг непосредственно от клиента клиенту
Аренда автомобилей	Аренда автомобиля посуточно в офисе компании-арендодателя	Каршеринг – сервис поминутного проката автомобилей, доступ к которому предоставляется через приложение	<i>ZipCar, Car2go, DriveNow</i>	<i>BelkaCar</i> , ЯндексДрайв и еще более 10 компаний, работающих в российских городах и успешно конкурирующих с западными компаниями
Туризм и гостиничный бизнес	Туристические агентства, поставляющие услуги “пакетом”	Онлайн-сервисы по подбору отелей, билетов, ресторанов и т.д. с отзывами потребителей	<i>Booking.com, TripAdvisor, Aviasales, Skyscanner</i>	
Аренда квартир	Аренда через агентства	Посуточная аренда, в том числе части квартиры/дома, прямое взаимодействие покупателя и продавца, взаимная оценка	<i>AirBnb</i>	
Коммуникации, доставка цифрового контента	Услуги телефонной связи, смс-сообщения	Мессенджеры	<i>WhatsApp, Viber</i>	<i>Telegram</i>
Медицина	Оказание услуг очно, в лечебном учреждении или на дому	Проведение онлайн-консультаций и некоторых лечебных процедур	<i>Teladoc, MDLive, Amwell, Doctor on demand</i>	Яндекс.Здоровье

Составлено автором.

гий и показателей бизнес-процессов. В тех же отраслях, где сегодня еще отсутствуют убедительные свидетельства успешного роста российского бизнеса (туристические и гостиничные услуги, организация аренды квартир), они, безусловно, могут появиться, что позволит России эффективно конкурировать на рынках ЕС в будущем.

* * *

Проведенное исследование показало, что Россия пока не входит в число лидеров мировой торговли услугами, во многом это обусловлено тем, что она не смогла в полной мере реализовать возможности, связанные с расширением экспорта интеллектуальных и высокотехнологичных услуг. Тем не менее сфера услуг может стать одним из локомотивов перестройки экономических связей России и Европейского союза. Основные перспективы здесь связаны с использованием как естественных (географическое положение), так и исторически сложившихся и целенаправленно развиваемых (наличие значительного числа высококлассных ИТ-специалистов) конкурентных преимуществ.

Очевидно, что взаимодействие со странами ЕС может сталкиваться как с искусственными

барьерами в виде санкций, так и с естественными ограничениями спроса (так, спрос на транспортные и прочие “традиционные” услуги в странах ЕС в последние годы падает). В подобных условиях целесообразно сделать акцент на отраслях, совмещающих уже имеющиеся конкурентные преимущества нашей страны и компетенции, по которым российские компании могут конкурировать на формирующихся рынках новых видов услуг. К таким компетенциям можно отнести посредническую деятельность в сфере электронной коммерции, а также новые виды услуг в сфере телекоммуникаций. В обеих отраслях у России уже есть перспективные компании, способные занять заметные позиции на мировом рынке. Войдя в деловую среду стран ЕС, они смогут органично встроиться в формирующиеся региональные рынки, основанные на цифровых технологиях, которые мало зависят от государственных границ, но при этом чрезвычайно емки и динамичны.

Статья подготовлена в рамках гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых (проект № МК-6258.2018.6) “Перестройка экономических связей России и Европейского союза: факторы и перспективы” в ИМЭМО РАН.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Hoekman B., Shepherd B. Services Productivity, Trade Policy, and Manufacturing Exports. *EUI Working Paper RSCAS2015/07*. Available at: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/34305/RSCAS_WP_%202015_07.pdf?sequence=1 (accessed 25.09.2018).
2. *Services Trade Policies and the Global Economy*. OECD Publishing, Paris, 2017. 108 p. Available at: <http://www.oecd.org/publications/services-trade-policies-and-the-global-economy-9789264275232-en.htm> (accessed 25.09.2018).
3. *UNCTAD Findings on Services, Development and Trade*. Geneva, United Nations, 2014. 40 p.
4. Тарр Д., ред. *Влияние либерализации сферы услуг на производительность отрасли, экспорт и развитие: эмпирические исследования в странах с переходной экономикой*. Москва, Весь Мир, 2012. 216 с. [Tarr D., ed. *Vliyanie liberalizatsii sfery uslug na proizvoditel'nost' otrasli, eksport i razvitiye: empiricheskie issledovaniya v stranakh s perekhodnoi ekonomikoi* [Impact of services liberalization on industry productivity, exports and development: empirical research in transition economies]. Moscow, Ves' mir, 2012. 216 p.]
5. Hardin A., Holmes L. *Services Trade and Foreign Direct Investment*. Staff Research Paper, Industry Commission. Canberra, Australian Government Publishing Services, 1997. 123 p.
6. Sáez et al. *Valuing Services in Trade A Toolkit for Competitiveness Diagnostics*. International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank, 2014. 140 p.
7. Doroshenko M., Miles I., Vinogradov D. Knowledge Intensive Business Services: The Russian Experience. *Foresight-Russia*, 2014, vol. 8, no. 4, pp. 24-38.
8. Breinlich H., Criscuolo Ch. International Trade in Services: a Portrait of Importers and Exporters. *Journal of International Economics*, 2011, vol. 84, no. 2, pp. 188-206.
9. Belousova V., Chichkanov N. Knowledge-Intensive Business Services in Russia: 2014–2015 Crisis Aftermath. *Foresight and STI Governance*, 2016, vol. 10, no. 4, pp. 46-58. DOI: 10.17323/1995-459X.2016.4.46.58.
10. Biryukova O.V. Russian Knowledge Intensive Services in International Trade. *Studies on Russian Economic Development*, 2014, vol. 25, no. 1, pp. 77-83. DOI: 10.1134/S1075700714010043
11. Бирюкова О.В. *Экспорт российских наукоемких услуг: не время отступать*. [Biryukova O.V. *Eksport rossiiskikh naukoemkikh uslug: ne vremya otstupat'* [Exports of Russian high-tech services: no time to retreat]]. Available at: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/eksport-rossiiskikh-naukoemkikh-uslug-ne-vremya-otstupat/> (accessed 20.09.2018).
12. Спартак А.Н. Перспективные направления участия России в международной торговле услугами. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2015, № 9, сс. 28-39. [Spartak A.N. Perspektivnye napravleniya uchastiya Rossii v mezhdunarodnoi torgovle uslugami [Promising areas of Russia's participation in trade in services]. *Rossiiskii Vneshneekonomicheskii Vestnik*, 2015, no. 9, pp. 28-39.]
13. Спартак А.Н. Последствия цифровой трансформации для международной торговли. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2018, № 5, сс. 7-23. [Spartak A.N. Posledstviya tsifrovoy transformatsii dlya mezhdunarodnoi torgovli [Effects of digital transformation on international trade]. *Rossiiskii Vneshneekonomicheskii Vestnik*, 2018, no. 5, pp. 7-23.]
14. Кузнецов А.В. Российские транснациональные корпорации в сфере услуг. *Мировая экономика и международные отношения*, 2011, № 7, сс. 71-80. [Kuznetsov A.V. Rossiiskie transnatsional'nye korporatsii v sfere uslug [Russian transnational corporations in the service sector]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 2011, no. 7, pp. 71-80.]
15. *External Trade in Services of the Russian Federation*. Moscow, Bank of Russia, 2017. Available at: http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/external_trade_in_services_2016.pdf (accessed 01.10.2018).
16. *International Trade in Services by Type of Service*. Brussels, Eurostat, 2017. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_services_by_type_of_service (accessed 01.10.2018).

**TRADE IN SERVICES: NEW FEATURES IN ECONOMIC INTERACTION
OF RUSSIA AND THE EUROPEAN UNION**

(World Economy and International Relations, 2019, vol. 63, no. 3, pp. 49-58)

Received 26.10.2018.

Anastasia A. NEVSKAYA (nevskaya@imemo.ru),

Primakov Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences (IMEMO),
23, Profsoyuznaya Str., Moscow, 117997, Russian Federation.

Acknowledgments. The article was prepared in IMEMO RAS within the grant from the President of the Russian Federation for state support of young Russian scientists (project no. МК-6258.2018.6) "Restructuring of economic ties between Russia and the European Union: factors and prospects".

The article deals with trade in services between Russia and the European Union. The emphasis is put on the export of services from Russia to the EU as a potential source of transformation of the structure of trade relations between the parties, which are now lined up with a significant imbalance, exacerbated by sanctions and the major political crisis in the Russia-EU relations which started at 2014. The author analyzes two hypotheses: the possibility to develop traditional export-oriented service industries in Russia – such as transportation and construction, – and

service industries based on knowledge and new technologies. In the first case, the competitive advantage of Russian companies is the geographical position of the country between China and Europe, which, coupled with a developed IT field, allows Russian companies offering competitive logistics solutions. In the second case, the advantage is again the developed IT field in Russia and the market niches in the EU which are less occupied allowing easier entrance for the new firms. The research method is comparison of current exports of services from Russia to the EU in terms of industries and geography of supplies with the EU market demand for services. The author takes into account the trends in the economic environment in the region. The emphasis is put on the digitalization and new communication technologies. The general conclusion is that the services sector can become one of the drivers of the restructuring of economic ties between Russia and the European Union, although Russian exporters should adjust their supply to the growing demand in the European markets for knowledge-intensive services. The focus should be made on industries that combine both the existing competitive advantages and the new competencies of Russian companies which are efficient in the emerging markets of new types of services. Among them there are intermediary activities in e-commerce (the development of national marketplaces), as well as digital types of telecommunications.

Keywords: services, Russia, European Union, intellectual services, service exports, digitalization, digital platforms.

About author:

Anastasia A. NEVSKAYA, Cand. Sci. (Econ.), Researcher.

DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-3-49-58