

**КАЛАБКИНА Ирина Михайловна**

*Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва (Саранск, Респ. Мордовия, РФ)  
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: i.m.kalabkina@yandex.ru*

**КИЦИС Вячеслав Михайлович**

*Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва (Саранск, Респ. Мордовия, РФ)  
кандидат географических наук, доцент; e-mail: vkitsis@mail.ru*

**МИРОВОЙ РЫНОК УСЛУГ: СТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

*Мировой рынок услуг – это сектор мировой экономики, где осуществляется купля-продажа разных видов услуг. Услуги, представляя собой динамично развивающуюся отрасль, играют важную роль как в национальной, так и в мировой экономике, способствуя не только удовлетворению тех или иных потребностей людей и роста их благосостояния, но и содействуя привлечению инвестиций, созданию рабочих мест, повышению конкурентоспособности отдельных предприятий и стран и т.д. Мировой рынок услуг отличается от товарного рынка вследствие особенностей производства и потребления самих услуг. Однако не все услуги могут быть объектом мирового рынка, а только те, которые относятся к категории «торгуемые услуги», т. е. они могут производиться в одной стране, а приобретаться – в другой. При этом в условиях глобализации мирового хозяйства и развития научно-технического прогресса всё большее число услуг переходит в разряд торгуемых услуг, и они отражаются в платёжном балансе страны. К их числу относятся и туристские услуги, которые включаются в статью платёжного баланса «Поездки». Услуги, несмотря на все барьеры, стоящие перед ними в последние годы (экономические, политические, медико-биологические и др.), продолжают оставаться в числе наиболее успешных секторов мирового хозяйства. В связи с этим, изучение структуры и тенденций развития сферы услуг способствует выработке более эффективной социально-экономической политики в стране.*

**Ключевые слова:** *мировой рынок услуг, структура, мировая торговля, экспорт, импорт туристские услуги, тенденции развития*



**Для цитирования:** Калабкина И.М., Кицис В.М. Мировой рынок услуг: структура и тенденции развития // Сервис в России и за рубежом. 2024. Т.18. №2. С. 83–95. DOI: 10.5281/zenodo.12605219.

**Дата поступления в редакцию:** 9 апреля 2024 г.

**Дата утверждения в печать:** 10 июня 2024 г.

UDC 338.46 EDN: GEQDJN  
DOI: 10.5281/zenodo.12605219

**Irina M. KALABKINA**

*Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia)  
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: i.m.kalabkina@yandex.ru*

**Vyacheslav M. KITSIS**

*Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia)  
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: vkitsis@mail.ru*

## GLOBAL SERVICES MARKET: THE STRUCTURE AND DEVELOPMENT TRENDS

**Abstract.** *The global services market is a sector of the world economy where the purchase and sale of various types of services takes place. Services, being a dynamically developing industry, play an important role in both the national and global economy, helping not only to meet certain needs of people and increase their well-being, but also helping to attract investment, create jobs, increase the competitiveness of individual enterprises and countries, etc. The world market for services differs from the goods market due to the characteristics of the production and consumption of the services themselves. However, not all services can be subject to the world market, but only those that belong to the category of “traded services,” that is, they can be produced in one country and purchased in another. At the same time, in the context of the globalization of the world economy and the development of scientific and technological progress, an increasing number of services are becoming tradable services, and they are reflected in the country’s balance of payments. These include tourism services, which are the part of the balance of payments item “Travel”. Services, despite all the barriers facing them in recent years (economic, political, bio-medical, etc.), continue to remain among the most successful sectors of the world economy. In this regard, studying the structure and trends of the service sector contributes to the development of more effective socio-economic policy in the country.*

**Keywords:** *world services market, structure, world trade, exports, imports, tourism services, development trends*



**Citation:** Kalabkina, I. M., & Kitsis, V. M. (2024). Global services market: the structure and development trends. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 18(2), 83–95. doi: 10.5281/zenodo.12605219. (In Russ.).

### Article History

Received 9 April 2024  
Accepted 10 June 2024

### Disclosure statement

No potential conflict of interest  
was reported by the author(s).



© 2024 the Author(s)  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).  
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

### Введение

Важной составной частью мирового хозяйства является мировой рынок. Он представляет собой систему экономических отношений между его участниками, возникающих на базе международного разделения труда. Мировой рынок характеризуется сложной структурой и представлен отдельными секторальными рынками – товаров, услуг, рабочей силы, финансовых ресурсов и т. д. В свою очередь каждый секторальный рынок делится на отдельные виды. Так, рынок товаров состоит из рынка готовых товаров и рынка сырья и продовольствия, которые также подразделяются на индивидуальные рынки. Например, на мировом рынке сырья и продовольствия функционируют рынки зерна, кофе, какао, сахара, хлопка, натурального каучука и пр. Аналогичная картина характерна и для структуры мирового рынка услуг.

Объектом данного исследования выступает мировой рынок услуг, а предметом – его структура и тенденции развития.

Цель исследования заключается в выявлении структуры и современных тенденций развития мирового рынка услуг.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

- провести анализ структуры и динамики развития международной торговли услугами;
- выявить факторы, влияющие на развитие мирового рынка услуг;
- определить тенденции развития мирового рынка услуг.

### Анализ публикаций по проблематике исследования

Работ, посвящённых мировому рынку услуг в целом и рынку туристских услуг в частности, посвящено много работ. При этом палитра рассматриваемых вопросов весьма широка и разнообразна. Следует отметить, что публикаций, направленных на изучение какой-то одной проблемы, практически нет, так как основная их масса рассматривает достаточно широкий круг вопросов развития мирового

рынка услуг и его отдельных секторов, включая рынок туристских услуг. В то же время можно выделить работы, в которых основное внимание сосредоточено на исследовании того или иного вопроса.

Значительная часть исследований посвящена изучению структуры и классификации услуг, их роли в экономике стран и мировом хозяйстве. Среди них можно отметить работы В.А. Багирян [4, 5], И.Н. Буценко и А.Л. Тарноуцкой [8], Л.М. Капустиной и В.В. Вязовской [10], А.П. Киреева [11]. Ю.П. Якубук, рассматривая структуру мирового рынка услуг, выделяет тенденции, характеризующие развитие мирового экспорта некоторых видов услуг (компьютерные и информационные, исследования и разработки, консалтинговые, строительные, финансовые, туристические, транспортные и телекоммуникационные услуги) за период с 2006 по 2016 гг. [22]. З.А. Атаманчук в своей статье рассматривает существующие системы классификации услуг, тенденции развития мирового рынка услуг, а также место международного туризма как приоритетной сферы экономики многих стран в доковидный период [23].

В ряде публикаций рассматриваются особенности мировой торговли услугами, экспорт и импорт услуг, включая туристские услуги. Эти вопросы освещаются в статьях В.С. Абдулгасис и А. Чалбаш [1], И.Н. Буценко [7] и Ю.А. Савинова, А.В. Скуровой и А.А. Уткина [18].

Исследователи отмечают, что туризм оказывает достаточно сильное воздействие на развитие национальных экономик, выступает ускорителем реализации социальных и экономических функций государства, поэтому обращают внимание на вопросы экономического и социального влияния туристских услуг на национальную экономику. В их числе выделим публикации Д.В. Ахремчик [3], В.А. Багирян [4], А.А. Лимпинской [14], А.Г. Мухамадиевой и М. Асанкызы-Касымхановой [15].

Важную часть исследований составляют публикации, характеризующие тенденции и перспективы развития туристских услуг. И.В.

Богомазова и О.В. Яковенко обращают внимание на обеспечение роста конкурентоспособности стран и регионов в результате развития международного туризма [6]. М.В. Гурьева делает вывод, что аттрактивный потенциал дестинации включает в себя как ее туристский потенциал, так и организационно-экономический механизм [9]. Е.В. Кудинова и А.Ю. Шаповал исследуют состояние и тенденции развития туризма в мире и в России [13]. А.А. Уткин рассматривает факторы, способствующие расширению продаж туристических услуг [19], тогда как О.В. Шпырня выявил различные факторы, оказывающие влияние на развитие международного рынка туристских услуг [21].

Анализ географической и продуктовой структуры мирового рынка транспортно-логистических услуг делает в своей статье Р.Кh. Azimov. Автор анализирует также основные тенденции развития транспортно-логистической инфраструктуры [24]. Llano С. с соавторами описывают методологию, используемую для получения базы данных о межстрановых потоках туристов и экскурсантов, построенной на основе исходной базы данных ЮНВТО [27].

Начиная с 2020 г. очень сильное влияние на развитие мирового рынка туристских услуг оказала пандемия COVID-19. В связи с этим большое количество публикаций последнего времени как в России, так и за рубежом посвящено исследованию влияния и воздействия пандемии на мировую торговлю туристскими услугами, а также вопросам поддержки и восстановления международного туризма. Среди работ отечественных ученых отметим статьи Л.Э. Амировой и С.С. Асановой [2], М.В. Кобяк с соавторами [12], М.С. Оборина [16], Ю.А. Пшеничных [17], И.Ю. Швеца [20]. Зарубежные исследователи С. L. Chang с соавторами отмечают, что к числу наиболее сильно пострадавших от COVID-19 относятся международные путешествия, туристический спрос и индустрия гостеприимства, при этом долгосрочные последствия пока неизвестны [25]. S. Gössling, D. Scott и С. М. Hall [26] отмечают, что введение ограничений, вызванное COVID-19, привело к

самым серьезным нарушениям в глобальной экономике. Авторы сравнивают влияние крупных кризисных событий на мировой туризм и ставят под сомнение модель развития туризма, выдвинутую ЮНВТО, ИКАО, CLIA, WTTC и другими туристическими организациями.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что в большинстве рассмотренных работ показаны тенденции развития мирового рынка услуг в целом и отдельных видов услуг в частности в основном в условиях достаточно стабильной мировой экономики, тогда как политические, экономические и медико-биологические события последних лет в значительной мере повлияли на тенденции их развития в мире.

### Методы и методология

Данное исследование основано на использовании и анализе официальной статистической информации, опубликованной такими международными организациями, как Конференция ООН по торговле и развитию (UNCTAD) (статистический справочник ЮНКТАД 2022 г. - Международная торговля услугами и информационный бюллетень №6: Торговля услугами по категориям), и Всемирная торговая организация (WTO) (Статистический обзор мировой торговли 2022 г.).

Методологической базой исследования выступают общенаучные методы исследования – анализ, синтез, сравнение, анализ статистических данных. Проведённое исследование позволило охарактеризовать современные тенденции развития мирового рынка услуг за длительный период времени в условиях воздействия различных (финансово-экономических, политических и медико-биологических) факторов.

### Результаты исследования

Мировой рынок услуг весьма разнообразен. В процессе принятия Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС) был согласован «Классификационный перечень секторов услуг», в котором все услуги разделены на 12 секторов, которые делятся на 155 подсекторов. Всего в классификатор включено более 600 разновидностей услуг [11, с. 264].



Рис. 1 – Мировая торговля товарами и коммерческими услугами, трлн USD<sup>1,2</sup>

Мировая торговля представляет собой обмен товарами и услугами между странами и играет существенную роль как в развитии национальных экономик, так и всего мирового хозяйства. При этом на масштабы и направления мировой торговли большее влияние оказывает торговля товарами (рис. 1).

Как видно из данных рис. 1, изменение динамики мировой торговли товарами практически повторяет тенденцию развития мировой торговли товарами и коммерческими услугами в целом. При этом удельный вес услуг в мировой торговле в 2019 г. составил почти ¼ всей мировой торговли (24,8%), однако из-за пандемии COVID-19 он упал в 2021 г. до 21,2%.

Интерес представляет рассмотрение тенденций динамики мировой торговли товарами и коммерческими услугами. Изучение изменения этих показателей за период с 2008 по 2021 гг. показывает, что торговля товарами более подвержена влиянию финансово-экономических кризисов, чем торговля услугами. Так, во время кризиса 2008–2009 гг. мировая торговля товарами в первом квартале 2009 г. упала по сравнению с первым кварталом 2008 г. на 30%, во втором – на 32% и в третьем – на 25%. Показатели изменения мировой торговли коммерческими услугами составили за указанные периоды соответственно 16, 17 и

12%. Аналогичная картина наблюдалась и в 2015 г.<sup>1,2</sup>

Однако в период пандемии COVID-19 ситуация трансформировалась: уже темпы падения мировой торговли услугами были выше, чем торговли товарами. Во втором квартале 2020 г. по отношению ко второму кварталу 2019 г. снижение торговли коммерческими услугами составило 29%, а торговли товарами – 21%.

Ещё более существенные различия между темпами сокращения торговли услугами и товарами были в последующие кварталы, о чем свидетельствуют данные табл. 1.

Таблица 1 – Процентное изменение мировой торговли товарами и коммерческими услугами относительно соответствующего периода предыдущего года<sup>2</sup>

Мировая торговля:	2020			2021
	квартал 2	квартал 3	квартал 4	квартал 1
– коммерческими услугами	-29	-23	-15	-7
– товарами	-21	-5	3	16

Значительное отрицательное влияние коронавирусной пандемии на мировую торговлю услугами было вызвано тем, что

<sup>1</sup> V. Statistical tables. URL: [https://wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/wtsr\\_2022\\_c5\\_e.pdf](https://wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2022_c5_e.pdf) (Accessed on September 10, 2023).

<sup>2</sup> World Trade Statistical Review 2022. URL: [https://wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/wtsr\\_2022\\_e.htm](https://wto.org/english/res_e/publications_e/wtsr_2022_e.htm) (Accessed on September 10, 2023).



практически все страны мира закрыли свои границы для иностранных граждан и, в первую очередь, для туристов. В то же время торговые отношения между странами также сократились, хотя и в меньшей степени. Здесь также отметим, что на торговлю услугами оказывают влияние и факторы политического характера.

Торговля коммерческими услугами играет важную роль в мировом хозяйстве, способствуя вовлечению в него национальных экономик, получению выгод от участия в международном разделении труда.

Структура коммерческих услуг, участвующих в мировой торговле, постоянно изменяется, о чем свидетельствуют данные табл. 2.

*Таблица 2 – Структура мировой торговли коммерческими услугами<sup>1,2</sup>*

Коммерческие услуги	Удельный вес по годам, %				
	2005	2010	2019	2020	2021
<b>Экспорт</b>					
Коммерческие услуги:	100	100	100	100	100
– связанные с товарами	3,4	3,3	3,6	3,7	3,6
– транспортные	22,0	21,0	16,8	16,8	19,3
– туристские	26,6	24,6	23,7	10,8	10,3
– прочие	48,0	51,1	55,9	68,6	66,9
<b>Импорт</b>					
Коммерческие услуги:	100	100	100	100	100
– связанные с товарами	2,6	2,2	2,8	3,1	3,0
– транспортные	27,0	26,2	20,8	21,3	24,8
– туристские	25,7	23,2	23,6	11,6	11,0
– прочие	44,7	48,3	52,7	64,0	61,1

Материалы табл. 2 позволяют констатировать, что пандемия коронавирусной инфекции в значительной мере повлияла на тенденцию снижения роли транспортных услуг в мировой торговле услугами. Если с 2005 г. по 2019 г. наблюдается устойчивый тренд снижения удельного веса транспортных услуг как в экспорте, так и в импорте услуг, то, начиная с 2020 г. просматривается тренд их роста. В свою очередь, доля туристских услуг в течение всего рассматриваемого периода медленно, но постоянно, сокращалась, однако из-за пандемии COVID-19 произошло резкое снижение их

удельного веса в структуре мировой торговли коммерческими услугами. В 2021 г. по отношению к уровню 2019 г. доля туристских услуг в экспорте сократилась в 2,3 раза, а в импорте – в 2,1 раза. Обращает на себя внимание достаточно устойчивое положение на мировом рынке услуг, связанных с товарами (за период с 2005 по 2021 гг. их удельный вес и в экспорте, и в импорте изменялся незначительно).

Данные табл. 2 также свидетельствуют, что ведущей тенденцией в современной мировой торговле услугами является торговля прочими коммерческими услугами, к числу которых относятся финансовые услуги, страховые и пенсионные услуги, инжиниринговые услуги, услуги по обмену интеллектуальной собственностью, телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги и др. Если ещё в 2005 г. на их долю приходилось менее 50% мирового экспорта коммерческих услуг, то в 2021 г. уже более 2/3, т.е. за указанный период их удельный вес в мировом экспорте коммерческих услуг вырос в 1,4 раза. На увеличение доли прочих коммерческих услуг оказало влияние не только пандемия, но и достаточно быстрый рост нематериальных видов деятельности во всем мире.

Обращает на себя внимание также тот факт, что темпы роста отдельных видов услуг весьма различны. Данную тенденцию можно проследить по материалам табл. 3.

На основании данных табл. 3 можно сделать вывод, что в течение исследуемого периода практически все виды услуг развивались поступательно. Исключение составляют туристские услуги, среднегодовые темпы роста которых за период с 2010 г. по 2021 г. были отрицательными. При этом до пандемии COVID-19 туристские услуги также развивались достаточно устойчиво, хотя и более медленными темпами, чем прочие коммерческие услуги.

Обращает на себя внимание тот факт, что динамичнее росли услуги, входящие в категорию прочих коммерческих услуг. В этой категории в качестве драйвера выделяются телекоммуникационные, компьютерные и

информационные услуги, которые, несмотря на финансово-экономические, политические и медико-биологические кризисы, имевшие место в рассматриваемый период времени, показали самый высокий среднегодовой темп роста – 10%. Это свидетельствует, что именно данный вид услуг стал одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на все сферы жизнедеятельности общества, на движение человеческой цивилизации к информационному обществу. И если по объёму экспорта телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги в настоящее время уступают транспортным и туристским услугам, то в сором времени они выйдут на первое место по удельному весу в структуре мирового экспорта услуг.

Пандемия коронавирусной инфекции оказала более значительное влияние на развитие туристских услуг по сравнению с транспортными и прочими коммерческими услугами, что наглядно демонстрируют материалы рис. 2.

Из рис. 2 видно, что падение торговли туристскими услугами в условиях пандемии было очень глубоким. Во втором квартале

2020 г. по сравнению со вторым кварталом 2019 г. торговля туристскими услугами сократилась на 81%, тогда как торговля транспортными услугами упала на 28% (или в 2,9 раза меньше), а торговля другими коммерческими услугами за тот же период снизилась всего на 8% (или в 10,1 раза меньше).

Таблица 3 – Среднегодовой темп роста экспорта коммерческих услуг за 2010–2021 гг. по видам <sup>1,2</sup>

Виды услуг	Среднегодовой темп роста, %
Коммерческие услуги, всего	4
в том числе:	
1. Услуги, связанные с товарами	5
2. Транспортные услуги	3
3. Туристские услуги	-4
4. Прочие коммерческие услуги в целом	7
из них:	
– страховые и пенсионные	6
– финансовые	5
– телекоммуникационные, компьютерные и информационные	10
– личные, культурные и развлекательные	6
– другие (консалтинговые, юридические, бухгалтерские, управленческие, исследование рынка, услуги по рекламе и др.)	6

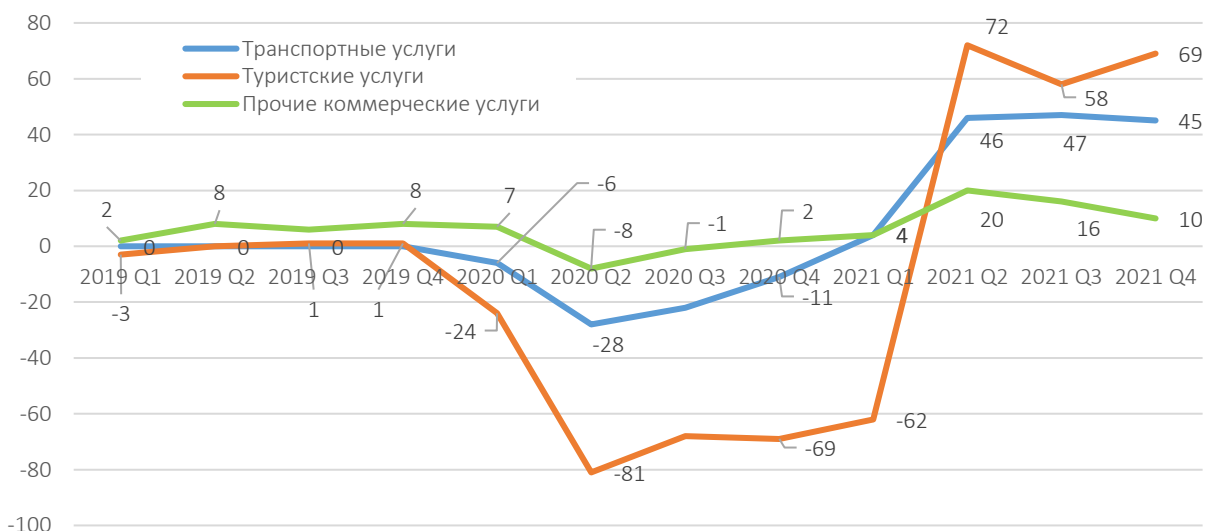


Рис. 2 – Мировая торговля коммерческими услугами по секторам поквартально в 2019–2021 гг., процентное изменение относительно предыдущего года <sup>1,2</sup>

Кроме того, по данным рис. 2 видно, что темпы роста торговли прочими коммерческими услугами стали расти ещё в условиях

пандемии и уже в четвёртом квартале 2020 г. они выросли на 2% по отношению к уровню четвёртого квартала 2019 г. В это же время

темпы роста торговли транспортными услугами были выше, чем туристскими услугами. Кроме того, ещё в первом квартале 2021 г. по сравнению с первым кварталом 2020 г. темпы роста торговли туристскими услугами оставались отрицательными, хотя по двум другим секторам торговли услугами он были положительными. Вместе с тем следует отметить тот факт, что снятие пандемийных ограничений привело к резкому росту туристских услуг, которые во втором квартале 2021 г. выросли на 72% по отношению к показателю второго квартала 2020 г. При этом транспортные услуги выросли за этот же период на 46%, а прочие

коммерческие услуги – только на 20%.

Несмотря на более низкие темпы роста мировой торговли туристскими услугами, они продолжают до сих пор оставаться лидером среди других видов услуг по объёмам мировой торговли.

Исторически сложилось (именно здесь впервые в мире стал развиваться массовый международный туризм), что ведущим регионом в мировой торговле туристскими услугами является Европа. В 2021 г. на неё приходилось немногим менее половины всего объёма мирового экспорта туристских услуг и 2/5 мирового импорта туристских услуг (рис. 3).<sup>3</sup>



Рис. 3 – Структура мирового экспорта и импорта туристских услуг по регионам в 2021 г., %<sup>3</sup>

Из рис. 3 видно, что на втором месте в мировом экспорте туристских услуг расположились страны Северной Америки, а третье место занимают страны Азии, однако разрыв между ними по величине удельного веса невелик, а учитывая, что международный туризм в АТР развивается более быстрыми темпами, чем в Северной Америке, можно утверждать, что в ближайшем будущем эти регионы поменяются местами. Ещё можно отметить достаточно высокий показатель такого региона, как Ближний Восток. Удельный вес других регионов невелик.

В структуре мирового импорта туристских услуг вслед за Европой расположились

азиатские страны. Северная Америка занимает в импорте туристских услуг третье место, лишь немногим опережая Ближний Восток – удельный вес этих регионов в 2021 г. составлял соответственно 11,5 и 11,1 %. Доля стран СНГ в импорте туристских услуг достигла в 2021 г. 2,8 % и в 2 раза превышает долю в экспорте.

Среди тенденций развития мировой торговли туристскими услугами следует выделить устойчивое превышение туристского экспорта над туристским импортом. Так, в 2012 г. мировой экспорт туристских услуг составил 1074 млрд USD, а импорт – 956 млрд USD (ниже экспорта на 11 %), в 2016 г. (соответственно) – 1234 млрд USD и 1212 млрд USD (меньше на

<sup>3</sup> Fact sheet #6: Trade in services by category. Statistics of the UNCTAD. URL: <http://unctadstat.unctad.org> (Accessed on December 1, 2023)



1,8%) и в 2021 г. (соответственно) 615 млрд USD и 610 млрд USD (т.е. импорт ниже экспорта на 0,8%) [7, 22]. При этом наблюдается сокращение отставания объёмов импорта туристских услуг от масштабов их экспорта, т. е. сближаются масштабы экспорта и импорта туристских услуг, а значит, мировая торговля туристскими услугами становится более сбалансированной.

Интересен тот факт, что сбалансированность в мировой торговле туристскими услугами достигается за счёт стран с развивающейся экономикой. Если в 2016 г. экспорт туристских услуг развитых стран достигал 760 млрд USD, а импорт 644 млрд USD (импорт был меньше экспорта на 15,3%), то в развивающихся странах картина была противоположной: экспорт составил 474 млрд USD, а импорт – 568 млрд USD, т.е. был больше экспорта на 19,8%. Ситуация не изменилась и в 2021 г.: развитые экономики осуществили экспорт туристских услуг на сумму 404 млрд USD и импортировали на сумму 345 млрд USD; развивающиеся экономики экспортировали туристские услуги в объёме 211 млрд USD, а импортировали – 265 млрд USD<sup>3</sup>.

В числе основных экспортёров и импортёров туристских услуг выделяются как развитые, так и развивающиеся страны. В ТОП-15 мирового экспорта туристских услуг в 2021 г. входили 6 субъектов мировой торговли, входящих в группу развитых стран, включая Европейский союз в целом (27 стран), и 9 стран и территорий, относящихся к группе развивающихся стран. Если лидерство ЕС (37,5% мирового экспорта туристских услуг в 2021 г.) и США (11,4%) является традиционным (те же позиции они занимали и в 2010 г.), то 3-е место Объединённых Арабских Эмиратов (5,6% экспорта туристских услуг в мире) является следствием бурного развития туризма в этой стране (в 2010 г. ОАЭ не было в списках ведущих экспортёров туристских услуг)<sup>1,2</sup>.

За период с 2010 г. по 2021 г. ежегодные темпы роста экспорта туристских услуг в развитых странах были отрицательными (в США и в

Австралии они составили -5%, в ЕС и Великобритании – -4% и т. д.), тогда как в ряде развивающихся странах отмечается положительная динамика темпов роста экспорта туристских услуг (в Мексике – +5%, в Доминиканской Республике – +3%).

Кроме того, туристская отрасль развивающихся стран быстрее вышла из кризиса, вызванного пандемией COVID-19, по сравнению с развитыми странами. Так, в 2021 г. по сравнению с 2020 г. темп роста экспорта туристских услуг в Доминиканской республике составил 113%, в Турции – 104%, в Египте – 102%, в Мексике – 80%, в то время как в ЕС он достиг 26%, в Великобритании – 20%, а в США и Канаде вообще был отрицательным – -3%.

В импорте туристских услуг ТОП-15 образуют 5 субъектов, относящихся к развитым экономикам, и 10 субъектов, входящих в группу развивающихся экономик. Первое место здесь в 2021 г. также занимали страны ЕС (удельный вес в мировом импорте был равен 31,6%), однако второе место занял Китай (18,2%), отставив США (9,3%) и Великобританию (4%) соответственно на 3-е и 4-е места в мировом рейтинге импорта туристских услуг.

На 9-м месте в этой таблице о рангах расположилась Российская Федерация, доля которой в мировом импорте туристских услуг в 2021 г. составила 1,9% (в 2010 г. она достигала 3,1%). Снижение удельного веса России в мировом импорте туристских услуг следует считать положительной тенденцией, так как импорт сопровождается вывозом денег из страны, а, следовательно, больше российских туристов стало отдавать предпочтение поездкам по стране. Об этом свидетельствуют и такие данные: в 2021 г. по отношению к 2020 г. импорт туристских услуг России вырос на 24%, тогда как в ОАЭ – на 37%, Саудовской Аравии – на 38%, Катаре – на 49%, в США – на 66%<sup>1,2</sup>.

#### **Заключение**

На основании вышеизложенного можно констатировать, что туристские услуги занимают одно из ведущих мест на мировом рынке услуг, уступая (в 2019 г.) по удельному весу в

структуре мировой торговли услугами лишь прочим коммерческим услугам, куда входит огромное число разнообразнейших услуг – финансовые, страховые и пенсионные, услуги по обмену интеллектуальной собственностью, телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги, инжиниринговые и прочие. На мировой рынок услуг оказывают влияние различные факторы, но в большей степени, чем на рынок товаров, политические и медико-биологические факторы.

На современном этапе эволюции мирового рынка услуг можно выделить следующие тенденции развития рынка услуг:

- структура мирового рынка услуг включает огромное число разнообразных видов услуг, среди которых в настоящее время наиболее быстрые темпы роста характерны для телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг;
- происходит постепенно медленное снижение удельного веса туристских услуг в структуре мировой торговли услугами;
- резкое падение объёмов мировой торговли туристскими услугами в 2020 г. из-

за пандемии COVID-19, но также и более быстрый и резкий их рост, по сравнению с другими видами, после снятия пандемийных ограничений;

- ведущим регионом в мировом экспорте туристских услуг является Европейский, на втором месте устроились страны Северной Америки, а третье место занимают страны Азии;
- в структуре мирового импорта туристских услуг вслед за Европой расположились азиатские страны, Северная Америка занимает третье место;
- устойчивое превышение туристского экспорта над туристским импортом, однако масштабы экспорта и импорта туристских услуг постоянно сближаются, т. е. мировая торговля туристскими услугами становится более сбалансированной, что достигается, главным образом, за счёт стран с развивающейся экономикой;
- туристская отрасль развивающихся стран быстрее вышла из кризиса, вызванного пандемией COVID-19, по сравнению с развитыми странами.

#### Список источников

1. Абдулгасис В.С., Чалбаш А. Анализ динамики экспорта и импорта мирового рынка туристических услуг // Теория и практика современной науки. 2017. №6(24). С. 19-23.
2. Амирова Л.Э., Асанова С.С. Состояние мирового рынка туристических услуг под влиянием COVID-19 // Право, экономика и управление: состояние, проблемы и перспективы: Сб. мат. Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. уч., 11.02.2022. Чебоксары: Лару-тӑру («Среда»), 2022. С. 68-72.
3. Ахремчик Д.В. Туристическая отрасль в новых экономических условиях – поиск новых возможностей и направлений // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т.12. №6. С. 1781-1790.
4. Багирян В.А. Современное состояние мирового рынка туристических услуг // Вестник Академии знаний. 2013. №4(7). С. 47-55.
5. Багирян В.А. Международный туризм в системе мировой экономики // Вестник Ростовского гос. экономич. ун-та (РИНХ). 2014. №1(45). С. 83-90.
6. Богомазова И.В., Яковенко О.В. Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2016. Т.2. №2. С. 7-14.
7. Буценко И.Н., Кулакова Д.С. Международный туристический рынок: динамика развития и основные участники // Экономические исследования и разработки. 2017. №1. С. 98-105.
8. Буценко И.Н., Тарноруцкая А.Л. Мировой рынок услуг: сущность, особенности, отраслевая структура // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. №1. С. 10-14.
9. Гурьева М.В. Мировой рынок туристских услуг: тенденции и перспективы // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. 2016. Т.2. №1. С. 18-24.

10. Капустина Л.М., Вязовская В.В. Конкурентоспособность стран на мировом рынке туристских услуг: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2017. 166 с.
11. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. М.: Междунар. отношения, 1997. 416 с.
12. Кобяк М.В., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Валединская Е.Н., Астафьева О.А. Влияние пандемии COVID-19 на мировой туризм: трансформационный потенциал и последствия для устойчивого восстановления // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т.12. №2. С. 679-696. doi: 10.18334/ep.12.2.114208.
13. Кудинова Е.В., Шаповал А.Ю. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике // Молодой учёный. 2015. №3(83). С. 430-433.
14. Лимпинская А.А. Международный туризм с позиций его социальной значимости // География и туризм. 2021. №2. С. 23-28.
15. Мухамадиева А.Г., Асанкызы-Касымханова М. Мировой рынок туристских услуг и его влияние на развитие национальной экономики // Экономика и социум. 2015. №2(15). С. 784-792.
16. Оборин М.С. Последствия влияния пандемии COVID-19 на мировой туризм // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №1(93). С. 47-58. doi: 10.24412/1995-042X-2021-1-47-58.
17. Пшеничных Ю.А. Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка // Вестник университета. 2021. №1. С. 53-61.
18. Савинов Ю.А., Скурова А.В., Уткин А.А. Роль туризма в международной торговле услугами // Российский внешнеэкономический вестник. 2016. №1. С. 42-56.
19. Уткин А.А. Развитие мирового рынка туристических услуг: новые тенденции // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. №23. С. 105-117.
20. Швец И.Ю. Сфера туризма во время пандемии COVID-19 // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2020. Т.5. №4. С. 7-15. doi: 10.24411/2500-0365-2020-15401.
21. Шпырня О.В. Тенденции развития международного рынка туристских услуг // Научный вестник Южного ин-та менеджмента. 2018. №1. С. 62-66.
22. Якубук Ю.П. Тенденции мирового экспорта услуг // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество: Ежегодник. 2018. Вып.1. Ч.2. С. 504-508.
23. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг // БізнесІнформ. 2020. №4. С. 21-27.
24. Azimov P.Kh. The state of the world transport and logistics infrastructure and transport and logistic services market // Journal of new economy. 2017. №6(74). Pp. 52-63.
25. Chang C.L., McAleer M., Ramos V. The future of tourism in the COVID-19 era // Advances in Decision Sciences. 2020. Vol.24. №3. Pp. 218-230. doi: 10.47654/v24y2020i3p218-230.
26. Gössling S., Scott D., Hall C.M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // Journal of Sustainable Tourism. 2021. Vol.29. №1. Pp. 1-20. doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.
27. Llano C., Pardo J., Pérez-Balsalobre S., Pérez J. Estimating multicountry tourism flows by transport mode // Annals of Tourism Research. 2023. Vol. 103. doi: 10.1016/j.annals.2023.103672.

### References

1. Abdulgazis, V. S., & Chalbash, A. (2017). Analiz dinamiki eksporta i importa mirovogo rynka turistskikh uslug [Analysis of the dynamics of export and import of the world market of tourism services]. *Teoriya i praktika sovremennoj nauki [Theory and practice of modern science]*, 6(24), 19-23. (In Russ.).
2. Amirova, L. E., & Asanova, S. S. (2022). Sostoyanie mirovogo rynka turistskikh uslug pod vliyaniem COVID-19 [The state of the world market of tourism services under the influence of COVID-19]. *Pravo, ekonomika i upravlenie: sostoyanie, problemy i perspektivy [Law, economics and management: The state, problems and prospects]*: Coll. of All-Russian materials scientific-

- practical conference with international participation. Cheboksary: Publishing house Laru-tăru («Wednesday»), 68-72. (In Russ.).
3. Akhremchik, D. V. (2022). Turisticheskaya otasl' v novyh ekonomicheskikh usloviyah – poisk novyh vozmozhnostej i napravlenij [The tourism industry in new economic conditions – the search for new opportunities and directions]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo [Economics, entrepreneurship and law]*, 12(6), 1781-1790. (In Russ.).
  4. Bagirian, V. A. (2013). Sovremennoe sostoianie mirovogo rynka turisticheskikh uslug [Current state of the world market of tourism services]. *Vestnik Akademii znanii [Bulletin of Academy of Knowledge]*, 4, 47-55. (In Russ.).
  5. Bagirian, V. A. (2014). Mezhdunarodnyi turizm v sisteme mirovoi ekonomiki [International tourism in the global economic system]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINKH) [Bulletin of the Rostov State Economic University (RINH)]*, 1, 83-90. (In Russ.).
  6. Bogomazova, I. V., & Yakovenko O. V. (2016). Rynok mezhdunarodnogo turizma: sostoianie i tendentsii razvitiia [International tourism market: state and development trends]. *Nauchnyi rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Scientific result. Business and service technologies]*, 2(2), 7-14. (In Russ.).
  7. Butsenko, I. N., & Kulakova D. S. (2017). Mezhdunarodnyi turisticheskii rynek: dinamika razvitiia i osnovnye uchastniki [International tourism market: development dynamics and main participants]. *Ekonomicheskie issledovaniia i razrabotki [Economic research and development]*, 1, 98-105. (In Russ.).
  8. Butsenko, I. N., & Tarnorutskaya, A. L. (2017). Mirovoi rynek uslug: sushchnost', osobennosti, otraslevaia struktura [World market of services: essence, features, industry structure]. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika [Economics and business: theory and practice]*, 1, 10-14. (In Russ.).
  9. Gurieva, M. V. (2016). Mirovoi rynek turistskikh uslug: tendentsii i perspektivy [World market of tourism services: trends and prospects]. *Mezhdunarodnyi zhurnal sotsial'nykh i gumanitarnykh nauk [International Journal of Social Sciences and Humanities]*, 2(1), 18-24. (In Russ.).
  10. Kapustina, L. M., & Vyazovskaya, V. V. (2017). *Konkurentosposobnost' stran na mirovom rynke turistskikh uslug [Competitiveness of Countries in the Tourist Services World Market]: a monograph*. Ekaterinburg: Publishing House of Ural State Econ. Univ. (In Russ.).
  11. Kireev A. P. (1997). Mezhdunarodnaia ekonomika. In 2 parts. Part. 1. Mezhdunarodnaia mikroekonomika: dvizhenie tovarov i faktorov proizvodstva [*International economics. In 2 parts. Part 1. International microeconomics: movement of goods and factors of production*]: a textbook. Moscow: International relations. (In Russ.).
  12. Kobyak, M. V., Ilyina, E. L., Latkin, A. N., Valedinskaya, E. N., & Astafieva, O. A. (2022). Vliianie pandemii COVID-19 na mirovoi turizm: transformatsionnyi potentsial i posledstviia dlia ustoichivogo vosstanovleniia [The impact of the COVID-19 pandemic on world tourism: transformational potential and consequences for sustainable recovery]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo [Economics, entrepreneurship and law]*, 12(2), 679-696. doi: 10.18334/epp.12.2.114208. (In Russ.).
  13. Kudinova, E. V., & Shapoval, A. Yu. (2015). Sovremennoe sostoianie i tendentsii razvitiia turizma v mirovoi i rossiiskoi ekonomike [Current state and development trends of tourism in the global and Russian economy]. *Molodoi uchenyi [Young scientist]*, 3, 430-433. (In Russ.).
  14. Limpinskaya, A. A. (2021). Mezhdunarodnyi turizm s pozitsii ego sotsial'noi znachimosti [International tourism from the perspective of its social significance]. *Geografiia i turizm [Geography and tourism]*, 2, 23-28. (In Russ.).
  15. Mukhamadieva, A. G., & Asankyzy-Kasymkhanova, M. (2015). Mirovoi rynek turistskikh uslug i ego vliianie na razvitie natsional'noi ekonomiki [The world market of tourist services and its influence on the development of the national economy]. *Ekonomika i sotsium [Economy and Society]*, 2, 784-792. (In Russ.).
  16. Oborin, M. S. (2021). Posledstviia vlianiia pandemii COVID-19 na mirovoi turizm [Consequences of the impact of the COVID-19 pandemic on world tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 15(1), 47-58. doi: 10.24412/1995-042X-2021-1-47-58. (In Russ.).

17. Pshenichnykh, Yu. A. (2021). Analiz dinamiki i tendentsii razvitiia sovremennogo mezhdunarodnogo turistskogo rynka [Analysis of the dynamics and trends in the development of the modern international tourist market]. *Vestnik universiteta [Bulletin of the University]*, 1, 53-61. (In Russ.).
18. Savinov, Yu. A., Skurova, A. V., & Utkin, A. A. (2016). Rol' turizma v mezhdunarodnoi torgovle uslugami [The role of tourism in international trade in services]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik [Russian Foreign Economic Bulletin]*, 1, 42-56. (In Russ.).
19. Utkin, A. A. (2014). Razvitie mirovogo rynka turisticheskikh uslug: novye tendentsii [Development of the world market of tourism services: new trends]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik [Russian Foreign Economic Bulletin]*, 23, 105-117. (In Russ.).
20. Shvets, I. Yu. (2020). Sfera turizma vo vremia pandemii COVID-19 [Tourism during the COVID-19 pandemic]. *Fizicheskaia kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naia rekreatsiia [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation]*, 5(4), 7-15. doi: 10.24411/2500-0365-2020-15401. (In Russ.).
21. Shpyrnya, O. V. (2018). Tendentsii razvitiia mezhdunarodnogo rynka turistskikh uslug [Trends in the development of the international market of tourism services]. *Nauchnyi vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta [Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management]*, 1, 62-66. (In Russ.).
22. Yakubuk, Yu. P. (2018). Tendentsii mirovogo eksporta uslug [Trends in global exports of services]. *Bol'shaya Evraziya: razvitie, bezopasnost', sotrudnichestvo [Greater Eurasia: development, security, cooperation]*: Yearbook. Vol. 1. Part 2. Moscow, 504-508. (In Russ.).
23. Atamanchuk, Z. A. (2020). Global'ni tendentsii rozvitku mizhnarodnogo turizmu v strukturi svitovogo rinku poslug [Global trends development of international tourism in the structure of the world services market]. *Biznesinform*, 4, 21-27. (In Ukr.).
24. Azimov, P. Kh. (2017). The state of the world transport and logistics infrastructure and transport and logistic services market. *Journal of New Economy*, 6(74), 52-63.
25. Chang, C. L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). The future of tourism in the COVID-19 era. *Advances in Decision Sciences*, 24(3), 218-230. doi: 10.47654/v24y2020i3p218-230.
26. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.
27. Llano, C., Pardo, J., Pérez-Balsalobre, S., & Pérez, J. (2023). Estimating multicountry tourism flows by transport mode. *Annals of Tourism Research*, 103. doi: 10.1016/j.annals.2023.103672.