

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2024-2-33-45>

МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

А. В. Веткина

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого
Великий Новгород, Россия

Л. И. Сайдова

Чеченский государственный университет имени
Ахмата Абдулхамидовича Кадырова, Грозный, Россия

Р. Г. Мударисов

Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия

Глобализация, для которой характерна растущая мобильность капитала, людей, идей и информации во всемирном масштабе, стала актуальной темой в современном мире. Очевидно, что туризм и связанные с ним виды экономической деятельности не защищены от такого широкого контекста мировой экономики. За последние одно-два десятилетия наблюдался стабильный рост международных туристских потоков, межрегиональных и межорганизационных альянсов, а также прямых иностранных инвестиций. Эти тенденции распространены в развивающихся странах в основном из-за их нетронутой природы, разнообразной культуры, недорогих товаров и услуг, дешевой рабочей силы и других ресурсов. Однако, как предупреждают ученые, туризм – это отрасль, которой управляют богатые, более могущественные страны и соответствующие им транснациональные корпорации. В статье исследуется природа категории «туризм» с точки зрения экономической и социальной деятельности. Обосновано, что базис туризма как многомерной экономической и социальной категории определяют две группы принципов: фундаментальные и желательные. Сделан вывод, что туризм как важная составляющая современной мировой экономики неизбежно оказывается вовлеченным в процесс глобализации. Для туристов открываются новые возможности экзотических путешествий, предлагающие аутентичность и уникальность, а это в свою очередь заставляет туристскую индустрию искать новые альтернативы классическому туризму.

Ключевые слова: мобильность, турпотоки, социально-экономическое развитие, мировая экономика.

GLOBAL TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT IN THE ERA OF GLOBALIZATION

Anna V. Vеткина

Novgorod State University named after Yaroslav the Wise,
Veliky Novgorod, Russia

Lipa I. Saidova

Chechen State University named after Akhmat Abdulkhamidovich Kadyrov,
Groznyy, Russia

Rafik G. Mudarisov

Russian State Pedagogical University named after A. I. Herzen,
Saint Petersburg, Russia

Globalization, characterized by the growing mobility of capital, people, ideas and information on a global scale, has become an urgent topic in the modern world. It is obvious that tourism

and related economic activities are not protected from such a broad context of the global economy. Over the past decade or two, there has been a steady increase in international tourist flows, interregional and inter-organizational alliances, as well as foreign direct investment. These trends are especially prevalent in developing countries, mainly due to their pristine nature, diverse culture, inexpensive goods and services, cheap labor and other resources. However, some scientists warn that tourism is an industry run by richer, more powerful countries and their respective multinational corporations. The article presents a detailed study of the essential nature of the category "tourism" from the point of view of economic and social activities. It is proved that the basis of tourism as a multidimensional economic and social category is determined by two groups of principles: fundamental and desirable. It is concluded that tourism, as an important component of the modern world economy, inevitably becomes involved in the process of globalization. New opportunities for exotic travel are opening up for tourists, offering authenticity and uniqueness, and this in turn forces the tourism industry to look for new alternatives to classic tourism.

Keywords: mobility, tourist flows, socio-economic development, world economy.

Введение

Туризм – это многомерная отрасль, представляющая собой совокупность разнообразных проектов, предложений и инициатив. Междисциплинарный характер туризма делает его достаточно сложной и противоречивой отраслью. Туризм взаимосвязан практически со всеми сферами экономики. Процессы, происходящие в сфере глобального туризма, быстро ускоряются, поскольку несут в себе огромные преимущества, которые индустрия туризма может распространить на всесторонний экономический рост.

Стремительные темпы реализации туристских проектов практически во всех странах мира привели к тому, что отрасль к началу XXI в. достигла небывалых высот. Внедрение новейших технологий для использования различных функций отрасли также открыло хорошие перспективы для всех заинтересованных сторон в сфере туризма. При этом направления развития туризма значительно расширяются, поскольку каждая нация стремится к инновациям и творчеству в этой сфере.

Цель статьи состоит в том, чтобы определить, какое влияние туризм оказывает на глобальные процессы, происходящие в мировой экономике. Глобализация туризма – это нечто большее, чем просто трансграничные потоки туристов и их покупательная способность. В статье отмечается, что индустрия туризма, как и многие другие бизнес-системы, переживает необратимый процесс глобализации. Аутсорсинг, транснациональные структуры собственности и инвестиции, трансграничное маркетинговое сотрудничество, покупка и продажа ноу-хау и свободное перемещение рабочей силы, – все это разработки, которые не ограничиваются только производством и имеют большое значение для модернизации туризма. Логика информационных технологий и средств массовой информации сближается, и ситуация становится глобальной. Необходимы новые стратегии, которые учитывали бы возможности глобализации в индустрии туризма.

Туризм как экономическая и социальная категория

Туризм представляет глобальный интерес во всех его формах. Определение понятия «туризм»дается разными исследователями или различными организациями в зависимости от контекста их исследований. Индустрия туризма – это такой сектор экономики, который полон возможностей, и доступ на туристский рынок относительно прост из-за низких входных барьеров [8]. Некоторые исследователи отмечают, что следует четко определить категорию «туризм» для различных целей, при реализации которых она может использоваться [9]. Во-первых, для изучения данного понятия необходим систематический анализ явления и четкое определение того, что оно содержит. Во-вторых, эта деятельность требует проведения различных статистических исследований, поэтому определение того, что необходимо измерить, неизбежно. В-третьих, необходимо индивидуализировать концепцию и для законодательных, и административных целей: необходимо знать, для каких видов деятельности она может быть применена, а для каких – нет. Другой целью может быть промышленная деятельность, некоторые виды экономической деятельности могут привести к изучению туристского рынка и могут обеспечить каналы для формирования промышленных организаций.

Таким образом, Всемирная туристская организация (ЮНВТО) определяет туризм как социальное, культурное и экономическое явление, которое вовлекает людей, переезжающих в страны или места, находящиеся за пределами их обычного окружения, в личных или деловых (профессиональных) интересах. Таких людей называют посетителями (которые могут быть туристами или пешими туристами; резидентами или нерезидентами и т. д.

Л. Фустер утверждает, что слово «турист» впервые появилось в Кратком Оксфордском словаре английского языка и определялось как «лицо, совершающее тур или экскурсии [10]. Человек, который занимается этим ради отдыха; путешествует ради удовольствия или знакомства с культурой, посещая различные места, представляющие интерес, с целью изучения ландшафта и тому подобного» [16].

Определение, разработанное ЮНВТО, носит технический характер и касается в основном политических, торговых и некоторых нормативных принципов и не затрагивает концептуальных вопросов. Это определение туризма используется некоторыми странами и организациями и считается в некоторой степени официальным определением категории «туризм». Первое академическое определение туризма, согласно С. Вахабу, было дано в 1911 г. Германом фон Шуллерном в его работе «Fremdenverkehr und Volkswirtschaft». Туризм «совокупность операций, в основном экономических, которые непосредственно связаны с въездом, проживанием и передвижением иностранцев в стране, городе или регионе» [19].

Если проанализировать анатомию туристского феномена, то он состоял бы из трех элементов, таких как человек (как основной элемент туристского акта), пространство (необходимо для осуществления туристского акта) и время (temporальный элемент) (рис. 1).

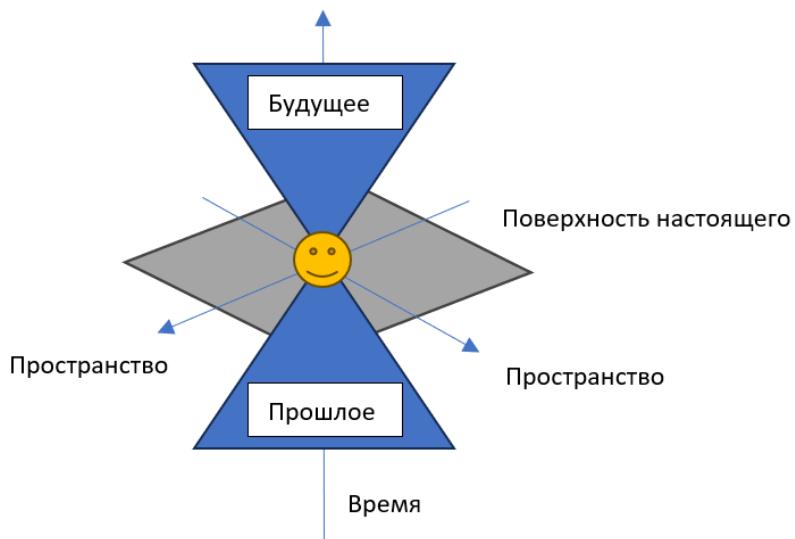


Рис. 1. Пространственно-временной континуум

Чтобы иметь возможность охарактеризовать туристскую деятельность, важно знать, какие принципы лежат в основе туризма как экономической и социальной категорий. Согласно ряду исследований, все принципы можно разделить на две категории: фундаментальные принципы и желательные принципы [17].

1. Фундаментальные принципы:

- наличие субъекта и принимающей стороны (поставщика услуг в пункте назначения или лица, принимающего туриста);
- пространственность. Путешествие может осуществляться как внутри страны происхождения туриста, так и за ее пределами;
- принцип возвращения. Туристское действие всегда предполагает возвращение к месту жительства или месту жизни до поездки;
- принцип мотивации. Всегда найдется причина, по которой турист отправится в путешествие, независимо от того, является она явной или нет;
- принцип гостеприимства. Гостеприимство – это социокультурный феномен, который включает в себя еду, напитки и проживание, предлагаемые гостю (это важный элемент для развития туризма, поскольку связан с актом приема туриста) [7];

- принцип впечатлений. Помимо материальной стороны, туризм включает в себя ряд нематериальных услуг, которые являются результатом сенсорного и психологического опыта, что делает впечатления основным признаком туристской поездки. Кроме того, люди путешествуют, чтобы получить новые впечатления;
- принцип коммуникационного туризма – это акт общения. Туристы находят общий язык и взаимодействуют с другими людьми, а также с представителями других культур. Невозможно путешествовать, не общаясь с другими людьми;
- технологии. В век высоких технологий любой вид туризма будет востребован, в том числе, который осуществляется в природных или необитаемых районах.

Коммуникационные и транспортные технологии являются наиболее важными в приведенном перечне принципов [4].

2. Желательные принципы:

- долговечность. Устойчивый туризм означает использование туристских ресурсов без ущерба для общества. Здесь можно говорить о социальной, культурной, экономической и экологической устойчивости [5];
- принцип равенства. Независимо от социального или финансового уровня, вероисповедания, цвета кожи и расы, люди в равной степени должны подчиняться законам туризма, так же как и в человеческих и профессиональных отношениях;
- принцип верховенства публичного и частного права. Воля государственной власти должна превалировать. Не следует допускать, чтобы желание туриста негативно влияло на порядок и интересы социальной группы;
- принцип непохожести – уважение различий, касающихся как принимающей стороны, так и туристов;
- принцип этики – касается профессии туриста, самого туриста, принимающего сообщества, государственных органов.

Несомненно, существуют и другие принципы, лежащие в основе туризма, но упомянутые выше лучше всего объясняют значение термина «туризм».

Дать определение и характеристику туризма, а также сформулировать его принципы достаточно сложно. Это обусловлено существованием различных типов рынков и потребителей продукта – туристов.

Индустрия туризма в контексте глобализации

Глобализация представляет собой объективный процесс усиления взаимозависимости экономик, для которого характерна растущая мобильность капитала, людей, идей и информации во всемирном масштабе.

В условиях глобализации туристский рынок становится очень разнообразным, что определяет наличие различных типов туристов. Европа

остается самым посещаемым регионом в мире, и данный рынок продолжает расти в абсолютном выражении. Однако темпы роста туризма во многих странах с формирующейся экономикой опережают темпы роста в странах с развитой экономикой. В долгосрочной перспективе эта тенденция сохранится в основном в Азиатско-Тихоокеанском регионе. По прогнозам ВТО, к 2030 г. число прибывающих в страны с формирующейся рыночной экономикой превысит число прибывающих в страны с развитой экономикой в несколько раз. Это меняет туризм во всем мире, меняет характер туристских потоков, приток и отток мигрантов, изменяет соотношение долей рынка и относительный размер туристской экономики, а также конкурентную среду для стран с развитой туристской экономикой. Чтобы увидеть, как развивается туристская активность в разных регионах мира, оценивается количество прибывающих туристов. Согласно последнему туристическому барометру Туристской Организации Объединенных Наций (UNWTO, 2024), международный туризм завершил 2023 г. на уровне 88% от допандемийного значения [11]. В 2024 г. планируется выход на допандемийный уровень 2019 г. (рис. 2).

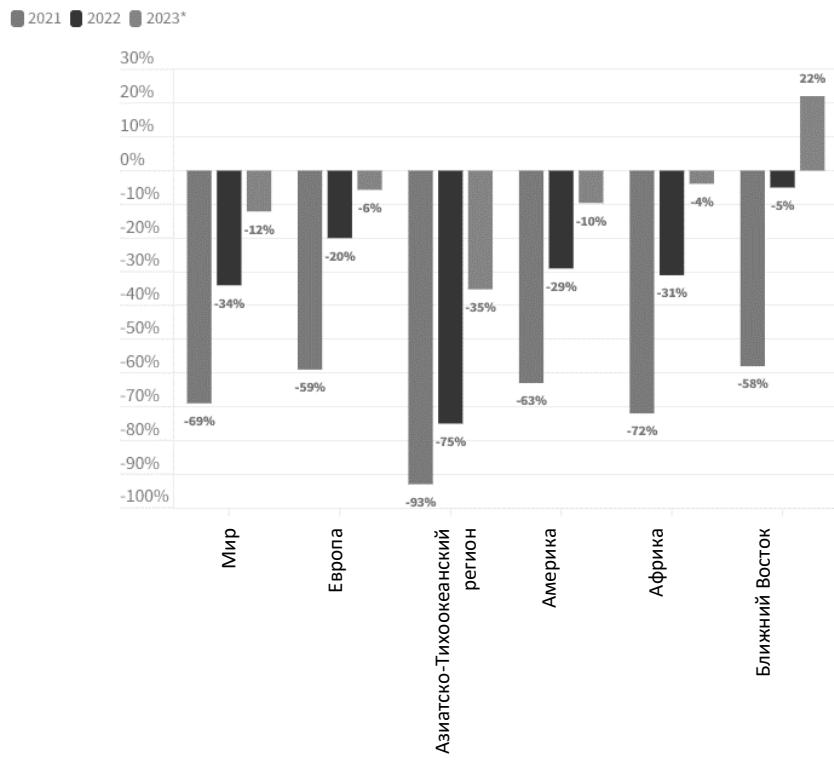


Рис. 2. Международные туристские прибытия (изменение в % к 2019 г.) [7]

Современный туризм за последнее десятилетие подвергся процес-сам интернационализации и глобализации. С развитием технологий, средств связи, а также разнообразия видов транспорта (от воздушного до морского и не только) увеличивается мобильность людей из одного угла-ка мира в другой, что приводит к глобализации туризма. Феномен глоба-лизации проявляется во многих сферах, но лучше всего характеризует это явление туристский сектор [14]. Благодаря глобализации развивается взаимозависимость между странами, экономиками, а также людьми. Гло-бализация затрагивает не только огромные корпорации, но и средний, малый и даже семейный бизнес. Очевидно, что некоторые аспекты глоба-лизации оказывают влияние на индустрию туризма. Легкость, с которой каждый может получить доступ к воздушному транспорту, либерализа-ция торговли услугами, широкое использование Интернета, политика стран способствуют постоянному росту туризма. Эти процессы привели к созданию и функционированию мирового туристского рынка, на кото-ром экзотические направления становятся реальностью.

В то же время глобализация создает множество возможностей для развития. Так, в 2018 г. путешествовали 1,4 млрд человек, а в 2019 г. – 1,5 млрд человек. Доходы от туризма в 2019 г. составили 5 800 млрд дол-ларов, что составляет 6,7% от общего мирового ВВП. При этом в 2020–2022 гг. были более низкие значения данных показателей, поскольку ту-ристские потоки сдерживались сначала пандемией коронавируса COVID-19, а затем глобальной политической напряженностью. Однако, как видно из данных рис. 1, ситуация постепенно стабилизируется во всех регионах мира.

Глобализация туризма способствует культурному обмену, социаль-ному взаимодействию, знакомству с местными культурными традиция-ми. В то же время экономическая политика также меняет профиль тури-ста. Сегодняшние туристы все чаще обращаются к глобальным направ-лениям, которые многие из них бронируют онлайн; они хотят, чтобы услуги были максимально персонализированными.

Новые тенденции заставляют задуматься о процессе самообслужи-вания (онлайн-выбор), в этом случае речь идет о туристском пакете, кото-рый максимально удовлетворяет желания туриста по доступной цене. Глобализация туризма приводит к ориентации этой отрасли на экономи-ку совместного потребления.

В условиях глобальной системы хозяйствования туризм продвигает-ся как предприятиями, так и правительствами в качестве особого меха-низма развития, который способен вывести людей из нищеты и сделать их равноправными участниками цивилизованного мирового сообщества. Однако туристский сектор тесно связан с глобализирующейся силой, ко-торая ставит прибыль превыше справедливости [2].

Глобализация, отражением которой является растущая мобильность капитала, людей, идей и информации во всемирном масштабе, стала актуальной темой в современном мире. Ее проявления ощущаются практически повсеместно. Жители Канады, например, могут купить свежие фрукты, которые, возможно, были собраны в Китае один или два дня назад. Точно так же и китайцы, проживающие сегодня в большинстве городов мира, считают удобным посещать McDonald's или KFC, чтобы насладиться быстрой трапезой. Очевидно, туризм и связанная с ним экономическая деятельность не застрахованы от такого широкого контекста мировой экономики.

Таким образом, в последние десятилетия наблюдается стабильный рост международных туристских потоков, межрегиональных и межорганизационных альянсов, а также прямых иностранных инвестиций. Эти тенденции особенно распространены в развивающихся странах, в основном из-за их нетронутой природы, разнообразной культуры, недорогих товаров и услуг, дешевой рабочей силы и других ресурсов [1]. По сути, существуют два совершенно разных подхода к глобализации туризма и его влиянию на страны: политико-экономический и функциональный [12].

Первый – носит нормативный характер и, как правило, предполагает критическое или даже негативное отношение к туризму как к форме неоимпериализма или неоколониализма [15]. Второй является нейтральным и более узкоориентированным на экономические аспекты развития туризма [18]. Это расхождение в исследованиях туризма отражает центральную дискуссию в области экономической науки о том, представляет ли нынешний этап развития мировой экономики новую эпоху или является просто продолжением прошлого [13]. Несмотря на споры, оба подхода доказали свою полезность при исследовании некоторых вопросов, связанных с туризмом, поэтому было бы ошибочно говорить об абсолютном превосходстве одного из них над другим.

Выводы

В эпоху глобализации туризм как важная составляющая современной мировой экономики неизбежно оказывается вовлеченным в столь масштабный процесс. Поскольку международная туристская деятельность, по своей сути, предполагает межнациональные перевозки туристов с необходимыми пространственными и временными изменениями, глобальные потоки капитала, информации и услуг в секторе туризма, вероятно, гораздо более интенсивные, чем в большинстве других отраслей промышленности или секторов экономики.

В отличие от обрабатывающей промышленности и других отраслей, перерабатывающих ресурсы, туризм в значительной степени основан на предоставлении услуг. Таким образом, международный туризм

часто превозносится как особая форма экспорта (по сравнению с традиционным экспортом сырья или продуктов с низкой добавленной стоимостью), которая, как полагают, снижает уязвимость развивающихся стран к эксплуатации ресурсов. Кроме того, за последние несколько десятилетий число туристов, прибывающих в развивающиеся страны, и их доля на рынке туристских направлений неуклонно росли, и все больше правительства осознавали важность туризма и продвигали его в качестве одной из главных национальных стратегий развития.

Согласно прогнозу развития туризма до 2030 года (ЮНВТО, 2020), в Восточной Азии, Тихоокеанском регионе, Южной Азии, на Ближнем Востоке и в Африке прогнозировался рекордный рост более чем на 5% в год по сравнению со среднемировым показателем в 4,1%. Ожидалось, что темпы роста в более развитых регионах, таких как Европа и Соединенные Штаты, будут ниже средних. Рост числа туристских направлений из развивающихся стран на мировом туристическом рынке также вызвал значительный интерес у международных инвесторов, что в дальнейшем будет способствовать развитию туризма в странах третьего мира.

Вместе с тем бум международного туризма и связанная с ним тенденция глобализации не обязательно являются благом для многих развивающихся стран. В некотором смысле туризм можно рассматривать как миниатюру более широкого мирового порядка. Таким образом, разумно ожидать, что проблемы в целом, порожденные глобализацией, будут в большей или меньшей степени и в различных формах проявляться в секторе туризма.

В связи с этим процесс глобализации туризма должен изучаться с помощью углубленных исследований, включающих в себя анализ того, как мировой туристический рынок взаимодействует с государственной политикой, с определенными социальными формами, с культурными ценностями государств, а также с ориентациями туристов. Однако можно сказать, что ориентация туристов в определенной степени определяет тенденцию, на основе которой формируется туристская сцена. При этом туристы становятся все более открытыми для новых и экзотических путешествий, которые предлагают им аутентичность и уникальность. Поведение людей в последнее время заметно изменилось, и это заставляет туристскую индустрию искать альтернативы классическому туризму. Туризм открывает новые возможности для углубленного изучения поведения туристов, но необходимы более обоснованные исследования.

Список литературы

1. Гарбузова Т. Г., Воскресенская А. Э. Бизнес возможности в развитии устойчивого экотуризма на особо охраняемых природных территориях

России и Европы // Экономика и управление народным хозяйством (Санкт-Петербург). – 2021. – № 14 (16). – С. 158–164.

2. Киварина М. В. Взаимодействие власти и бизнеса в индустрии туризма // Экономика и управление гостеприимством территории : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Великий Новгород, 21 мая 2021 года / под ред. М. В. Кивариной, Н. Н. Юриной. – Великий Новгород : Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2021. – С. 34–38. – DOI: 10.34680/978-5-89896-755-0/2021.ЕМНТ.05.

3. Миллер В. М., Василенко М. Е. Возможности и перспективы взаимодействия России и Китая в сфере туризма // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 4. – С. 51–58.

4. Назарова О. П. Моделирование сценариев системы туризм // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2024. – № 1. – С. 107–116. – DOI: 10.26118/2782-4586.2024.16.35.015.

5. Сайдова Л. И., Жунусова А. А. Экотуризм как направление устойчивого развития сельских территорий // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2023. – № 2. – С. 137–141. – DOI: 10.47576/2782-4586_2023_2_137.

6. Толчинская М. Н. Современные тенденции развития международного туризма // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 1. – С. 431–434.

7. Экономика и управление гостеприимством территории : сборник материалов международной научно-практической конференции, Великий Новгород, 21 мая 2021 года / под ред. М. В. Кивариной, Н. Н. Юриной. – Великий Новгород : Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2021.

8. Badulescu A., Badulescu D. ‘Entrepreneurship and Local Resources’ // Tourism Enterprises and the Sustainability Agenda across Europe / edited by D. Leslie. – London : Ashgate Publishing, 2012. – P. 151–167.

9. Burkart A. J., Medlik S. Tourism: Past, Present and Future, London : Heinemann, 1974.

10. Fuster L. P. Teoria y tecnica del turismo. – Madrid : Nacional, Tomo I, 1971.

11. International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. – URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024> (дата обращения: 16.04.2024).

12. Lea J. Tourism and Development in the Third World. – London & New York : Routledge, 1988.

13. Petras J. Globalization: a critical analysis // The Political Economy of Imperialism: Critical Appraisals / edited by R. H. Chilcote. Boston Way, Maryland : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2000. – P. 181–214.
14. Reid D. G. Tourism, Globalization & Development: Responsible Tourism Planning. – London : Pluto Press, 2003.
15. Sharpley R., Telfer D. J. Tourism and Development: Concepts and Issues. – Clevedon, UK : Channel View, 2002.
16. The Concise Oxford Dictionary of Current English / 4th ed. Oxford, 1956.
17. Tribe J. Philosophical Issues in Tourism, Channel View Publications, 2009.
18. Wahab S., Cooper C. Tourism in the Age of Globalisation. – London : Routledge, 2001.
19. Wahab S-E. A. Introducao a administracao do turismo. – Sao Paulo : Pioneira, 1977.

References

1. Garbuzova T. G., Voskresenskaya A. E. Biznes vozmozhnosti v razvitiu ustoychivogo ekoturizma na osobo okhranyaemykh prirodnykh territoriyakh Rossii i Evropy [Business Opportunities in the Development of Sustainable Ecotourism in Specially Protected Natural Areas of Russia and Europe]. *Ekonomika i upravlenie narodnym khozyaystvom* (Sankt-Peterburg) [Economics and Management of the National Economy (Saint Petersburg)], 2021, No. 14 (16), pp. 158–164. (In Russ.).
2. Kivarina M. V. Vzaimodeystvie vlasti i biznesa v industrii turizma [Interaction of Government and Business in the Tourism Industry] *Ekonomika i upravlenie gostepriimstvom territorii, sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Velikiy Novgorod, 21 may 2021* [Economics and Hospitality Management of the Territory, Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference, Velikiy Novgorod, edited by M. V. Kivarina, N. N. Yurina. Velikiy Novgorod, May 21, 2021. Velikiy Novgorod, Novgorodskiy gosudarstvennyy universitet imeni Yaroslava Mudrogo, 2021, pp. 34–38. (In Russ.). DOI: 10.34680/978-5-89896-755-0/2021.EMHT.05.
3. Miller V. M., Vasilenko M. E. Vozmozhnosti i perspektivy vzaimodeystviya Rossii i Kitaya v sfere turizma [Opportunities and Prospects for Interaction Between Russia and China in the Field of Tourism]. *Aktualnye voprosy sovremennoy ekonomiki* [Current Issues of Modern Economics], 2020, No. 4, pp. 51–58. (In Russ.).

4. Nazarova O. P. Modelirovaniye stsenariyev sistemy turizm [Modeling Scenarios of the Tourism System]. *Zhurnal monetarnoy ekonomiki i menedzhmenta* [Journal of Monetary Economics and Management], 2024, No. 1, pp. 107–116. (In Russ.). DOI: 10.26118/2782-4586.2024.16.35.015.
5. Saidova L. I., Zhunussova A. A. Ekoturizm kak napravlenie ustoychivogo razvitiya selskikh territoriy. *Zhurnal monetarnoy ekonomiki i menedzhmenta* [Journal of Monetary Economics and Management], 2023, No. 2, pp. 137–141. (In Russ.). DOI: 10.47576/2782-4586_2023_2_137.
6. Tolchinskaya M. N. Sovremennyye tendentsii razvitiya mezhdunarodnogo turizma [Modern Trends in the Development of International Tourism] *Aktualnye voprosy sovremennoy ekonomiki* [Current Issues of Modern Economy], 2019, No 1, pp. 431–434. (In Russ.).
7. Ekonomika i upravlenie gostepriimstvom territorii [Economics and Hospitality Management of the Territory], *sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Velikiy Novgorod, 21 may 2021* [Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference, Velikiy Novgorod, May 21, 2021], edited by M. V. Kivarina, N. N. Yurina. Velikiy Novgorod, Novgorodskiy gosudarstvennyy universitet imeni Yaroslava Mudrogo, 2021. (In Russ.).
8. Badulescu A., Badulescu D. Entrepreneurship and Local Resources. *Tourism Enterprises and the Sustainability Agenda across Europe*, edited by D. Leslie. London, Ashgate Publishing, 2012, pp. 151–167.
9. Burkart A. J., Medlik S. Tourism: Past, Present and Future, London, Heinemann, 1974.
10. Fuster L. P. Teoria y tecnica del turismo. Madrid, Nacional, Tomo I, 1971.
11. International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. Available at: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024> (accassed 16.04.2024).
12. Lea J. Tourism and Development in the Third World, London & New York, Routledge, 1988.
13. Petras J. Globalization: a critical analysis. *The Political Economy of Imperialism: Critical Appraisals*, edited by R. H. Chilcote. Boston Way, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2000. – P. 181–214.
14. Reid D. G. Tourism, Globalization & Development: Responsible Tourism Planning. London, Pluto Press, 2003.
15. Sharpley R., Telfer D. J. Tourism and Development: Concepts and Issues. – Clevedon, UK, Channel View, 2002.
16. The Concise Oxford Dictionary of Current English, 4th ed. Oxford, 1956.

17. Tribe J. Philosophical Issues in Tourism, Channel View Publications, 2009.
18. Wahab S., Cooper C. Tourism in the Age of Globalisation, London, Routledge, 2001.
19. Wahab S-E. A. Introducao a administracao do turismo, Sao Paulo, Pioneira, 1977.

Сведения об авторах

Анна Владимировна Веткина
кандидат экономических наук, доцент кафедры цифровой экономики и управления НовГУ.
Адрес: Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41.
E-mail: anna.vetkina@novsu.ru

Липа Исаевна Сайдова
старший преподаватель кафедры туризма и индустрии гостеприимства факультета географии и геоэкологии ФГБОУ ВО «ЧГУ им. А. А. Кадырова».
Адрес: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 364034, Чеченская Республика, Грозный, ул. А. Шерипова, д. 32.
Email: lipa-ch1enti@mail.ru

Рафик Габдуллович Мударисов
кандидат биологических наук, доцент кафедры туризма, сервиса и гостеприимства РГПУ им. А. И. Герцена.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена», 191186, Санкт-Петербург, Набережная реки Мойки, 48.
Email: rafik.mudarisov@bk.ru

Information about the authors

Anna V. Vetkina
PhD, Associate Professor of the Department of Digital Economics and Management of NovSU.
Address: Novgorod State University named after Yaroslav the Wise, 41 Bolshaya Saint Petersburgskaya Street, Veliky Novgorod 173003, Russian Federation.
E-mail: anna.vetkina@novsu.ru

Lipa I. Saidova
Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality Industry of the Faculty of Geography and Geoecology of Chechen State University named after A. A. Kadyrov.
Address: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Chechen State University named after Akhmat Abdulkhamidovich Kadyrov", 32 A. Sheripova Street Chechen Republic, Grozny, 364034, Russian Federation.
Email: lipa-ch1enti@mail.ru

Rafik G. Mudarisov
PhD, Associate Professor of the Departments of Tourism, Service and Hospitality of Herzen University.
Address: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian State Pedagogical University named after A. I. Herzen", 48 Moika River Embankment, Saint Petersburg, 191186, Russian Federation.
Email: rafik.mudarisov@bk.ru