

РИВОЖЛАНГАН ВА РИВОЖЛАНАЁТГАН МАМЛАКАТЛАРДА ТУРИЗМНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАРИ

Уралова Матлюба Ахроровна

ТДИУ Туризм ва сервис кафедраси ассистенти

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7433509>

Аннотация. Мақолада туризмни ривожланишининг ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлардаги ўзига хос жиҳатлари тадқиқ этилган. Жумладан, ривожланган мамлакатларда кўрсатиладиган хизмат сифати ва туризм шакллари ривожланаётган мамлакатларда кўрсатиладиган туризм шаклларида фарқ қилиши асосланган. Олиб борилган таҳлиллар натижасида, Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш йўналишлари бўйича таклифлар берилган.

Калим сўзлар: туризм, ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар, туризм шакллари, сайёҳ.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТУРИЗМА В РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

Аннотация. В статье рассматриваются специфические аспекты развития туризма в развитых и развивающихся странах. В частности, он основан на том, что качество услуг и формы туризма, предоставляемые в развитых странах, отличаются от форм туризма, предоставляемых в развивающихся странах. В результате проведенного анализа были сделаны предложения по направлениям развития туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: туризм, развитые и развивающиеся страны, виды туризма, турист.

CHARACTERISTICS OF TOURISM IN DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES

Abstract. The article examines the specific aspects of tourism development in developed and developing countries. In particular, it is based on the fact that the quality of service and forms of tourism provided in developed countries differ from the forms of tourism provided in developing countries. As a result of the conducted analysis, proposals were made on the directions of tourism development in Uzbekistan.

Keywords: tourism, developed and developing countries, forms of tourism, tourist.

Кириш

Бугунги кунда дунёда туризмнинг ҳар хил турларини фаол ривожлантирмоқда: таълим, экологик, романтик, саргузашт, бизнес ва корпоратив, гастрономик, аграр, спорт, космик, маънавий зиёрат, ҳалол туризм, шунингдек, сайёҳлик билан шуғулланадиган касб вакиллари ҳам ортиб бормоқда.

Дунё аҳолисининг деярли ярми, ички туризмни ҳисобга олган ҳолда, ҳар йили сайёҳларга айланади. Туризм халқаро муносабатларда муҳим ўринни эгаллайди: сайёрамиздаги 8 миллиардга яқин кишидан ҳар йили 1 миллиардга яқин сайёҳлик мақсадида чет давлатларга ташриф буюради. Сўнгги уч ўн йилликда дунё бўйлаб сайёҳлар сони қарийб 4 баравар, туризмдан тушган даромад эса 25 баробардан кўпроқ ошди [1]. 2021 йилда эса халқаро туризм сафарлари 415 миллионни ташкил этди [2]. Сайёҳларни қабул қилувчи мамлакатлар орасида Қариб ҳавзази мамлакатлари, Ўрта Ер денгизи соҳилларида жойлашаган (Греция, Туркия, Италия) мамлакатлар ва Марказий Америка мамлакатлари 2021 йилда 2020 йилга нисбатан энг юқори кўрсаткичларни қайд этди.

2021 йил келувчи сайёҳлар сони бўйича рейтинг кўрсаткичларига назар ташлайдиган бўлсак, туризм ривожланган мамлакатлар орасида Франция, Испания, АҚШ, Хитой, Италия, Туркия, Мексика, Германия, Таиланд ва Буюк Британияларни [3] кўриш мумкин. Эътибор берадиган бўлсак, ушбу рейтингда ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўрин олган. Улардаги сайёҳлар сони фарқ қилиши билан бирга, ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар таклиф этадиган туристик маҳсулотлар, шарт-шароитлар ва нархлар ҳам бир-биридан фарқ қилади. Бундай фарқли жиҳатларни Саёҳат ва туризм ривожланиш индекси натижалари асосида ҳам таҳлил қилиш мумкин. Ушбу фарқларни тадқиқ этиш эса илмий таҳлилни амалга оширишни талаб этади.

Шундан келиб чиққан ҳолда, ушбу тадқиқотнинг мақсади ҳам ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда туризм индустриясини тараққий этишининг ўзига хос жиҳатларини тадқиқ ва таҳлил қилиш ҳисобланади.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси

Ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда туризмнинг тараққий этиши ва ривожланиш шарт-шароитлари жаҳоннинг кўплаб олимлари томонидан тадқиқ этилган. Жумладан, И.Кабировнинг [4] келтиришича, ривожланган мамлакатларда туризм жозибadorлигининг асосий сабаби табиатнинг гўзаллиги ва “яшил иқтисодиёт”нинг қўлланилиши, хизмат кўрсатиш инфратузилмасининг юқори даражада эканлигидадир.

М.М. Романова, И.П. Кульгачев, Е.А. Блинова [5] тадқиқотларида ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда туризмнинг ривожланиш ва ўсиш кўрсаткичлари уларнинг иқтисодий-ижтимоий ривожланиш даражасига боғлиқ эканлиги келтирилган. Аммо биз бу фикрни қўллаб-қувватламаймиз. Сабаби Хитой ёки Туркиянинг туристик жозибadorлиги уларнинг иқтисодий-ижтимоий кўрсаткичларига боғлиқ бўлганида, ушбу мамлакатлар айрим ривожланган мамлакатлардан ҳам устунроқ жозибadorликка эга бўлмаган бўлар эди.

Казыбайқызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. [6] нинг келтиришича, мамлакатларнинг ривожланиш даражасидан қатъий назар, унинг туристик жозибadorлиги туристик имиджга боғлиқдир. Масалан, Италия-спагетти ватани, Финляндия-Қорбобонинг ватани, Париж-муҳаббат шаҳри. Туристтик имиджни яратиш узок тадқиқотларни талаб этишини ҳам ҳисобга олиш кераклиги, мақолада таъкидланган.

О. Кузнецова ва бошқаларнинг [7] келтиришича, туризм геосиёсий жараёнларга таъсирчан соҳа бўлиб, мамлакатларнинг ривожланиш даражасидан қатъий назар геосиёсий ходисалар натижасида ўзгариб боради. Бунга мисол сифатида Мисрда туристик оқимнинг ўзгариш динамикаси келтирилган.

В.В.Пахарь [8] ривожланган мамлакатлар юқори даражадаги хизматларни кўрсатиш билан бирга, гастрономик туризмнинг ривожланганлиги билан рақобатбардош эканлигини таъкидлайди. Ҳақиқатдан ҳам, Франция, Италия, Япония сингари мамлакатларда ўзига хос гастрономик таклиф борлигини кўриш мумкин. Иккинчи томондан эса, Хитой, Ҳиндистон ва Туркия сингари ривожланаётган мамлакатларда ҳам сайёҳлар учун қизиқ бўлган миллий ошхона ва таомлар борлигини унутмаслик керак.

Тадқиқот методологияси

Тадқиқот давомида анализ ва синтез, қиёсий таҳлил усулларида кенг фойдаланилган.

Ушбу таҳлилни амалга оширишда 10 дан ортиқ олимларнинг мавзу бўйича илмий ишлари асосий манба бўлиб ҳисобланади.

Таҳлил ва натижалар

Саёҳат ва туризм ривожланиш индексини таҳлил қиладиган бўлсак, туризм учун қулай муҳитнинг мавжудлиги, саёҳат ва туризм сиёсати, инфратузилма, саёҳат ва туризмнинг етакчи соҳалари, саёҳат ва туризмнинг барқарорлиги каби йўналишларда мамлакатларнинг туризм салоҳияти баҳоланади.

1-жадвал

Саёҳат ва туризм ривожланиш индекси-2021 [9]

Ўрни	Мамлакат	Рейтинг
1	Япония	5,2
2	АҚШ	5,2
3	Испания	5,2
4	Франция	5,1
5	Германия	5,1
6	Швейцария	5,0
7	Австралия	5,0
8	Буюк Британия	5,0
9	Хитой	4,9
10	Индонезия	4,4
11	Саудия Арабистони	4,3
12	Туркия	4,2

2021 йилда ушбу рейтингдан ўрин олган мамлакатларнинг илк ўнталиги ривожланган мамлакатлар, сайёҳлар сони бўйича етакчилардан ҳисобланган Хитой ва Туркия илк 10 талик мамлакатлар ретингидан жой олмаган. Бу ривожланаётган мамлакатлар эканлиги билан ҳам изоҳлаш мумкин. Аммо кенгроқ қиёсий таҳлил қиладиган бўлсак, қуйидагиларни келтиришимиз мумкин:

1. Мамлакатда туризмни ривожлантиришнинг ҳудудлараро баланси. Ривожланаётган мамлакатлар муҳим ҳудудий номуносивлик ва туризм саноатининг нотекис ривожланиши билан сезиларли минтақавий номуносивлик билан тавсифланади. Масалан, Туркияда шаҳардан четда жойлашган, қишлоқ хўжалиги яхши ривожланган Анталя, Белек, Аланя, Кемер сингари ҳудудларда туризм зоналари ташкил этилган.

Шунга ўхшаш муаммо асосан ривожланган мамлакатларга хосдир, чунки туризм, таърифига кўра, сайёҳларнинг энг жозибали жойларга боришини таъминлайди, аммо ривожланаётган мамлакатлар кирувчи сайёҳлар имтиёзларининг кўпроқ марказлаштирилганлиги билан ажралиб туради, бу эса осонликча амалга оширилади.

Кириш туризми ривожланиши билан минтақавий иқтисодий ўсишнинг номуносивлиги пасайишни бошлайди ва туристларни жалб қилишнинг иккиламчи марказлари пайдо бўлади. Бир қатор тадқиқотчиларнинг фикрича, ҳаддан ташқари номуносивликларнинг олдини олиш, минтақавий туризмни ривожлантиришни мувофиқлаштириш мақсадида соҳани давлат томонидан тартибга солишни амалга ошириш зарур [10].

2. Туризм ва меҳмондўстлик саноатининг тармоқ ичидаги баланси. Ривожланаётган мамлакатлар учун туризм ва меҳмондўстлик саноати турли сегментларининг ривожланиш даражалари ўртасидаги номуносивлик кўпроқ характерлидир. Туризм фаол

ривожланишининг бошланғич ва оралиқ босқичларида туризм ва меҳмондўстлик саноатининг турли кичик тармоқларида талабнинг нотекис ўсиши ва тўйинганлиги кузатилмоқда, ривожланган мамлакатлар учун эса туризмда каттароқ мувозанатга эришиш одатий ҳолдир. Кўпгина ривожланаётган мамлакатларнинг рақобатбардош камчиликлари шундаки, инфратузилма ҳолатига боғлиқ бўлган туризмнинг кўплаб турларида хизмат кўрсатиш даражасидаги камчиликлар мавжуд бўлиб, бу туристик тажрибанинг пасайишига олиб келади [11].

3. Туризмнинг турли хиллиги. Ривожланган мамлакатларда сайёҳлик маҳсулотларини диверсификация қилиш ўз ичига тўла-тўқис ва оммавий туризм маҳсулотларини ишлаб чиқишни ўз ичига олади. Ривожланаётган мамлакатлар туризм турларининг камроқ диверсификацияси ва кўшма турларнинг намоёиш этилиши билан ажралиб туради. Бунинг асосий сабаби сифатида мамлакат туристик имиджининг тўлиқ шаклланмаганлигини келтириш мумкин.

4. Туристик маҳсулот истеъмолчиларининг тўлов қобилияти. Бу масала жамиятда ўрнатилган ижтимоий-иқтисодий табақаланиш билан боғлиқ.

5. Туризм саноатининг ишлаб чиқариш қобилияти ва инновациялари. Юқори технологиялар туфайли юқори қўшимча қийматга эга туризмнинг янги турларини яратиш мумкин. Тиббиёт туризми мисолида маълумки, иқтисодий ўсишнинг технологик компоненти ҳисобига расмий ёки норасмий ривожланган мақомга эришган давлатлар (Корея Республикаси, Исроил, Сингапур, Малайзия) жаҳон хўжалигида ривожланмоқда [12].

6. Туризм индустриясига инвестицияларнинг мултипликатив эффекти. Туризм - бу сарф-харажатлар ва бандлик нуқтаи назаридан энг аниқ мултипликатив таъсирлардан бири бўлган соҳа. "Кириш - чиқиш" эконометрик моделларининг миқдорий баҳолари нафақат ишлаб чиқариш ҳажми, минтақавий иқтисодиётнинг ўрта ва узоқ муддатли динамикаси, бандлик каби бир қатор марказий параметрларга индивидуал таъсир қилади [13]. Ривожланаётган мамлакатларда бандлик мултипликатори жуда юқори бўлиб, бу нафақат меҳнат харажатларининг пастлиги, балки ишчиларнинг малакаси ва касбий даражасининг пастлиги, ўқитиш харажатларининг мавжудлиги билан ҳам изоҳланади.

7. Туризм индустриясидаги структуравий чекинишлар. Маълумки, таркибий чекиниш деганда даромаднинг бир қисми манзилга етиб бормайдиган йўқолган даромад кўринишидаги иқтисодий йўқотишлар тушунилади. Шубҳасиз, ишбилармонлик муҳитининг умумий ривожланмаганлиги сабабли, тузилмавий оқиш нуқтаи назаридан ривожланаётган мамлакатлар, уларнинг маҳсулот қийматидаги улушлари ривожланган мамлакатларга қараганда камроқ бўлади.

8. Туризмда консалтингнинг ривожланиш даражаси. Бу мезонга кўра, ривожланган давлатлар туризм кластерлари доирасида рақобатбардошликнинг муҳим омили бўла оладиган "супермутахассислар" ва стратегларнинг мавжудлиги бўйича кўплаб ривожланаётган мамлакатлардан анча олдинда. Агар консалтинг самарали бўлса, туризм ва меҳмондўстлик соҳасида консалтинг бизнеснинг рентабеллиги ошади ва бизнес консалтингдан ижобий даромад кўради.

9. Сайёҳларнинг саёҳатлардан асосий мақсади дам олиш билан бирга жаҳон хўжалигидаги янгиликлардан ҳам хабардор бўлиш бўлиб ҳисобланади. Масалан, Корея Республикаси, Малайзия, Исроил, Сингапур сингари мамлакатлар қулай ва жозибали

туризм хизматларини кўрсатиш билан бирга, сайёҳларда ўзининг инновацион технологияларни ижтимоий-иқтисодий ҳаётда қўллаши билан ҳам катта таассурот қолдиради.

10. Ривожланаётган мамлакатлар туризмни ривожлантириш орқали мамлакатнинг инвестицион жозибadorлигини оширишга ва аҳолининг иш билан бандлигини таъминлашга ҳаракат қилишади. Туризм саноати ривожланган ривожланаётган мамлакатларда инвестициялар туризм билан бирга иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларига ҳам киритилади. Жумладан, транспорт соҳасига, банк ва молия, ишлаб чиқаришнинг айрим тармоқлари.

11. Ривожланган мамлакатларда туризм маркетингига алоҳида этибор беришади. Жумладан, туризм маркетингининг ўзига хос жиҳатлари куйидагилардан иборат:

Туризмдаги маркетинг учун талабни рағбатлантириш вазифаси камроқ аҳамиятга эга. Туристик хизматларга талаб доимий равишда ўсиб бормоқда ва туризм соҳаси бошқа соҳаларга қараганда камроқ даражада иқтисодий вазиятнинг ўзгаришига боғлиқ бўлиб ҳисобланади. Туристик маркетинг учун "талабни тўғри йўналтириш" вазифаси муҳимроқдир.

Мижозга нисбатан ишончли ахборот сиёсати, айниқса хизматларни сотиш босқичида, шунингдек сайёҳлик маҳсулотларини ишлаб чиқаришда синчковлик катта аҳамиятга эга.

Сайёҳлик хизматларини сотиб олиш жараёнида субъектив омилнинг алоҳида ролини ҳисобга олган ҳолда, сайёҳлик агентликлари мижознинг - сайёҳлик хизматларининг истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга катта эътибор беришлади.

Мавсумий омилнинг таъсири, туристик хизматларни диверсификациялашни ёки компанияни вақт омилига боғлиқ бўлмаган ҳолга келтириш учун офф-мавсумда маркетинг фаолиятига алоҳида эътибор беришади.

Маркетингни бошқариш жараёнида бошқа соҳаларга қараганда нафақат моддий жиҳатларни, балки психологияни, маънавий ва ҳиссий ҳолатни ва истеъмолчи хусусиятларини ҳам ҳисобга олишади.

Туристик маҳсулот одатда моддий ва идеал таркибий қисмларнинг мажмуи эканлиги сабабли, сайёҳлик хизматлари ишлаб чиқаришда иштирок этган барча компаниялар, туристик марказлар, туризмни тартибга солувчи давлат идоралари ва жамоат бирлашмалари маркетинг фаолиятининг мақбул якуний натижасига эришишга катта эътибор беришади [14].

12. Одатда, ривожланаётган мамлакатларда туризм экспортдан келган даромад умумий экспорт ҳажмининг асосий қисмини ташкил этади. Масалан, бу кўрсаткич 88,7; Ямайкада 53,4; Албанияда 48,2; Ливанда 45,4 фоизни ташкил этгани фикримизни яна бир бор исботлайди. Ривожланган мамлакатлар экспортда юқори технологияли маҳсулотлар экспортининг юқорилиги ҳисобидан туризм экспортнинг нисбатан камроқ қисмини ташкил этади. Бу кўрсаткич 2018 йилда Исроилда 7,4; Италияда 7,9; Японияда 4,9 ни ташкил этган [15].

13. Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш ривожланган мамлакатлар туризм саноати инфратузилмасининг муҳим бўлаги ҳисобланади. Масалан, Франция, Германия сингари мамлакатларда ресторан официантлари ҳам 3 йиллик бакалавр даражасини олишлари керак бўлади. Ёки меҳмонхоналарга ишга жойлашиш учун бакалавр даражасига эга

бўлган ёш кадрлар 1 йиллик стажировкадан ҳам ўтишлари лозим бўлади. Ҳозирги кунда ривожланган мамлакатлар туризм соҳасида туризм бўйича оператор, турагент, МСЕС-менежер, бариста, бармен, фумелье, хостес, сомелье, титестер каби касб эгалари муҳим ўрин эгаллаб келмоқда. Бу касблар орқали тўлиқ ва сифатли асосий ва қўшимча хизматларни етказиш имконияти ошади.

14. Ривожланган мамлакатларда туризм кластерларини ташкил этиш ҳам оммалашган. Бундай усул туризм соҳасига ўргатувчи муассасалар, туризм хизматлари кўрсатувчилар ва туризм учун товарлар ишлаб чиқарувчиларнинг бир тизимда жойлашуви бўлиб ҳисобланади. Туризм кластерининг ривожланганлиги жиҳатидан Италия етакчи позицияга эга бўлса, Норвегия, Испания сингари мамлакатлар ҳам туризм кластерларининг ривожланиши бўйича ижобий кўрсаткичларга эга [16].

Хулоса ва таклифлар

Юқорида олиб борилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги хулосага келдик.

Туризм мамлакат иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири бўлиб, нафақат, аҳолининг, балки давлатнинг ҳам даромад манбаларидан бири ҳисобланади.

Мамлакатда туризмнинг ривожланиши у билан ёндош ҳолда иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларининг ривожланишига имконият беради.

Ривожланаётган мамлакатларда туризмнинг анъанавий шакллари кенг тарқалган бўлса, ривожланган мамлакатларда туризмнинг инновацион кўринишларига кўпроқ эътибор қаратилади. Бу ерда инновациялар айти тежамкорлик ва экологияни асрашга йўналтирилганлигини таъкидлаб ўтишимиз жоиз.

Ривожланаётган мамлакатларнинг хизмат кўрсатиш соҳасида туризм муҳим йўналиш ҳисобланади, аммо ривожланган мамлакатларда инновацион хизмат турларининг кўплиги, хизматлар соҳасининг диверсификацияланганлиги ҳисобига туризм юқори улушга эга бўлмаган, шу билан бирга мамлакат имиджини белгиловчи соҳалардан бири ҳисобланади.

Хулосалардан келиб чиққан ҳолда қуйидагиларни таклиф этамиз:

- Ўзбекистонда ҳам мамлакатнинг нисбатан кам ривожланган ва ЯИМ аҳоли жон бошига қиймати пастроқ бўлган Қашқадарё, Сурхандарё, Жиззах, Навои ҳудудларида туризмнинг анъанавий шаклларига эътибор қаратиш, Самарқанд, Бухоро, Хоразм вилоятларида эса туризмнинг инновацион кўринишларини ривожлантиришга эътибор қаратиш лозим;

- Ўзбекистонда туризм соҳасидаги ихтисослаштирилган касб эгаларини профессионал тайёрлашга аҳамият бериш керак;

- Мамлакатда туризм кластерини ривожлантириш ва ушбу йўлда Франция, Испания, Туркия давлатларининг соҳани ривожлантиришдаги тажрибасини кенг ўрганиш ва жорий қилиш муҳимдир.

REFERENCES

1. Tourism Statistics. --<http://www.focus-asia.com/stpb/pages/tourinfo.html>
2. [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA))

3. <https://miraxtravel.com/ru/blog/5-%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B8/155-%D1%81%D0%B0%D0%BC%D1%8B%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%89%D0%B0%D0%B5%D0%BC%D1%8B%D0%B5-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8B>
4. Kabirov, Ildar. (2017). Рейтинг привлекательности стран в сфере туризма.
5. Романова Марианна Михайловна, Кульгачев Иван Петрович, Блинова Екатерина Артуровна ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА // Вестник евразийской науки. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-i-zakonomernosti-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma> (дата обращения: 10.04.2022).
6. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МИРЕ // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1-2. – С. 265-269; URL: <https://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=34827> (дата обращения: 04.10.2022).
7. Кузнецова, Ольга & Косьмин, Анатолий & Кузьменко, Арина & Кузнецов, Владимир & Кузнецова, Светлана & Самохвалова, Ольга. (2019). Туризм как драйвер социально-экономического и социокультурного развития страны. *Journal of International Economic Affairs*. 9. 2165. 10.18334/eo.9.3.40705.
8. Пахарь В.В. СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В МИРЕ И В РОССИИ / В.В. Пахарь // Международный научно-исследовательский журнал.- 2021. - №7 (109). - URL: <https://research-journal.org/archive/7-109-2021-july/sostoyanie-i-napravleniya-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-mire-i-v-rossii> (дата обращения: 04.10.2022). - doi: 10.23670/IRJ.2021.109.7.095
9. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf
10. Wang K., Yi J., Wang Y. An Analysis of the Spatio-Temporal Disparities of Inbound Tourism Development in China, 1991-2010. *Tourism Economics*. Vol. 21. Issue 4. Pp. 889-897.
11. Wang K., Yi J., Wang Y. An Analysis of the Spatio-Temporal Disparities of Inbound Tourism Development in China, 1991-2010. *Tourism Economics*. Vol. 21. Issue 4. Pp. 889-897.
12. Vanhove N. Tourism as a strategic option for development of less developed regions//in *Tourism and Leisure: Current Issues and Perspectives of Development* (Ed. H. Pechlaner, E. Smeral), Springer, 389 p.
13. Zaman Gh., Vasile V., Surugiu M.-R., Surugiu C. Tourism and Economic Development in Romania: Input-Output Analysis Perspective//*Romanian Journal of Economics*. Vol. 31. Issue 2 (40). Pp. 5-37.
14. Основы туристского маркетинга (для туристских предприятий, работающих в условиях полного хозяйственного расчета). Методические рекомендации. М.: ЦРИБ "Турист", 1990. - 80 с.
15. <https://knoema.ru/atlas/topics/туризм/Ключевые-показатели-туризма/Международный-туризм>

16. Намазбеков М. Кластерное развитие в условиях глобализации: опыт зарубежных стран // Analytic. - 2005. - №3. - С. 8-14.