

ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИРОВОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КРУПНЕЙШИЕ КРИЗИСЫ НАЧАЛА XXI в.

А.Ю. Александрова¹, В.Е. Домбровская²

¹ *Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, кафедра рекреационной географии и туризма*

² *Тверской государственный университет, географический факультет, кафедра туризма и природопользования*

¹ *Проф., д-р геогр. наук; e-mail: analexan@mail.ru*

² *Доц., канд. физ.-мат. наук; e-mail: Dombrovskaya.VE@tversu.ru*

Современное мировое пространство характеризуется сложной неоднородной структурой, высокой степенью изменчивости, регулярно повторяющимися кризисами. Туризм одним из первых реагирует на любые политические, экономические, природно-климатические и прочие изменения. При этом очевидно, что в силу многообразия туристских регионов и факторов, влияющих на их формирование и развитие, эта реакция не может быть синхронной и идентичной. Варианты моделей поведения стран на мировом туристском рынке в рамках центр-периферийного подхода находятся в фокусе внимания данной работы. Объектом исследования выступают пространственно-временные изменения в международном туризме за 1995–2022 гг. В указанный период времени мировая экономика претерпела три серьезных коллапса: кризис, связанный с терактом 11 сентября 2001 г., глобальный экономический кризис 2009 г. и пандемия COVID-19. Цель работы заключается в осуществлении группировки национальных туристских дестинаций по признаку реакции на указанные кризисные периоды. Для достижения цели применяются математико-статистические методы: кластерный анализ и метод, основанный на расчетах показателей темпа роста международных туристских прибытий. Дан сравнительный анализ сценариев поведения национальных туристских дестинаций как отдельно по каждому кризису, так и по всем трем кризисам в совокупности. В результате выявлены следующие модели поведения: 1) стабильно растущая; 2) запаздывающие: а) пролонгированной реакции; б) затяжного выхода; 3) модель стабильного спада; 4) оздоравливающего влияния; 5) быстрого выхода. В статье предлагается анализ совокупности факторов, влияющих на то или иное развитие событий в ряде отдельных стран. Исследование носит пилотный характер и может быть продолжено в направлениях изучения факторов, определяющих столь разную социально-экономическую динамику в туристских дестинациях, а также расширения используемого методического аппарата.

Ключевые слова: туризм, туристский поток, туристская дестинация, мировой экономический кризис, центр-периферический подход, кластерный анализ, методы математической статистики, модели поведения

DOI: 10.55959/MSU0579-9414.5.80.1.2

ВВЕДЕНИЕ

Развитие туризма характеризуется пространственно-временной неравномерностью. Туристские потоки концентрируются в районах с более благоприятными условиями для занятий туристской деятельностью. Ряд туристских дестинаций, приобретая чрезмерную популярность благодаря эффективным маркетинговым кампаниям, не справляются с массовым наплывом посетителей и сталкиваются с проблемами сверхтуризма. Наряду с ними есть еще немало территорий, которые пока недостаточно включены в сферу туристских обменов.

Пространственная неравномерность в распределении туристских потоков прослеживается на всех иерархических территориальных уровнях – от отдельных локаций до туристских макрорегионов

мира. Существующие перекосы в территориальной структуре международных туристских прибытий в мире отражены на рис. 1. Картограмма наглядно демонстрирует доминирование Европейского, Азиатско-Тихоокеанского и Американского макрорегионов и отставание остальных в глобальном туристском пространстве. Картограмма составлена на последние благоприятные годы перед глубоким кризисом, вызванным COVID-19.

Ограничения на мобильность, введенные в условиях пандемии COVID-19, привели к резкому повсеместному сворачиванию туристской деятельности. Туризм был признан одной из самых пострадавших сфер мирового хозяйства. Международные туристские потоки сократились на 73% в 2020 г. по сравнению с 2019 г. Доходы от экспорта туристских

услуг упали на 1,1 трлн долл. К концу 2023 г. мировой рынок международного туризма восстановился на 88% [UN..., 2023].

Во всех без исключения туристских макрорегионах мира в 2020 г. отмечалось свертывание туристской активности по сравнению с 2019 г., но глубина спада была разной. Наиболее сильно пострадал Азиатско-Тихоокеанский регион (–84%

международных туристских прибытий), который первым принял удары пандемии и где были введены самые жесткие запреты на туристские поездки. Минимальный спад отмечался в Европейском макрорегионе (–70%), но в абсолютном выражении он недосчитался наибольшего количества туристских прибытий (свыше 500 млн) [The UNWTO..., 2024].

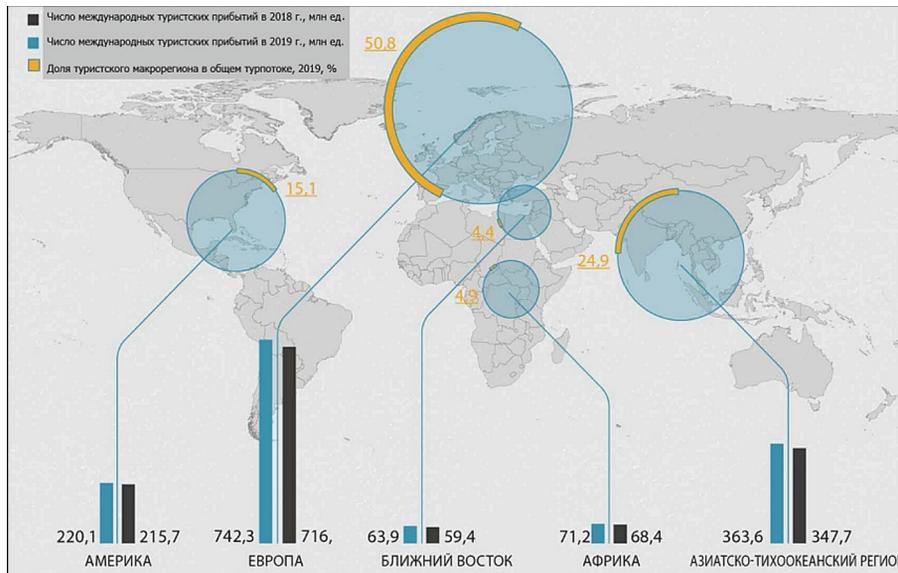


Рис. 1. География международного туризма в мире в допандемийные 2018 и 2019 гг.
 Источник: составлено по [The UNWTO..., 2024]

Fig. 1. Geography of international tourism in the world in pre-pandemic 2018 and 2019.
 Compiled by: [The UNWTO Tourism Data Dashboard, 2024]

По-разному протекал кризис и в разных странах. Некоторые из них, как, например, Монголия или Республика Маврикий, практически полностью лишились въездных туристских потоков (–94 и –89% соответственно в 2021 г. к уровню 2019 г.). Другим, как Мексика или Черногория, удалось избежать столь сильных падений (–22 и –31% соответственно) [The UNWTO..., 2024].

COVID-19 – первая пандемия в послевоенной истории, которая привела к мировому кризису, в частности в туризме. Однако этот кризис не единственный. Кризисы регулярно повторяются, выводя из равновесия туристские рынки. Наиболее разрушительное воздействие на туристскую индустрию в XXI в., кроме пандемии, оказали эпидемия атипичной пневмонии SARS, теракты 11 сентября 2001 г. и глобальный экономический кризис 2009 г. Для полного восстановления мирового туристского рынка тогда потребовалось 11, 14 и 18,5 месяцев соответственно [International..., 2020].

В статье авторы, используя современный математический аппарат, пытаются дать ответ на вопрос, как страны «центра», «полупериферии» и «перифе-

рии» глобального туристского пространства пережили кризисы в XXI в.

Одним из вариантов библиографических исследований служит обращение к академическим поисковым системам и базам данных (ASEBD). Ограничение доступа для российских пользователей к коммерческим международным системам Web of Science и Scopus ставит задачу поиска новых информационных ресурсов. Для осуществления выбора в пользу той или иной наукометрической базы необходимо ориентироваться не столько на общее количество публикаций в базе, сколько на объем работ, соответствующих интересующей тематике. Также немаловажными критериями служат доступность информации (свободный или коммерческий режим использования) и удобство обращения, а именно формирование запроса. В данной работе в качестве источника информации была выбрана наукометрическая база The Lens. Данное предпочтение объясняется рядом причин: 1) масштабом ресурса (на настоящий момент на платформе проиндексировано 278,5 млн научных работ); 2) гибкостью запросов без использования элементов программирования

открывающий новые возможности развития внутреннего туризма, перехода от импорта туристских услуг к инвестированию в собственные региональные туристские продукты и программы, повышающие их качественный уровень [Голубчиков и др., 2015; Рубцова, 2018; Воронцова, 2015; Абалаков, Панкеева, 2011].

Наиболее масштабный взгляд на роль экономических кризисов в развитии мирового туризма встречается не так часто. Авторы отмечают относительную устойчивость туризма, реакцию на экономические катаклизмы, скорее, со стороны предложения нежели с позиций спроса, что может способствовать появлению новых туристских дестинаций в тех странах, которые по той или иной причине не использовали в полной мере рекреационный потенциал [Келлер, 2013]. Оценивая ситуацию российского туристского рынка, в работах обосновывается ряд государственных антикризисных мер, а также решений, ожидаемых от бизнес-сообщества [Джанджугазова, Первунин, 2015]. Поиск возможностей расширения въездного туризма приводит к ориентированию вектора внимания на восток, в частности развития сотрудничества с Китаем [Корчагин, 2015].

Расширить библиографический обзор по обозначенной тематике позволит обращение к кандидатским и докторским диссертациям отечественных ученых. Источником информации послужили материалы «Электронной библиотеки диссертаций» [Научная..., 2024]. Общий перечень научных исследований, в которых упоминается связь экономического (финансового) кризиса и туризма, насчитывает 1393 позиции. Однако в большинстве случаев обращение к этим понятиям ограничивается разделом «Введение» и в дальнейшей работе рассмотрению не подлежит. В четырнадцати диссертациях, из которых четыре проходили на соискание ученой степени доктора экономических наук, 10 – кандидата экономических наук, вышеобозначенной проблематике были посвящены главы. Превалирующее количество работ относится к периоду 2009–2013 гг. и исследуют последствия финансового кризиса 2008–2009 гг. В частности, это оценка влияния мирового экономического кризиса на состояние туристской отрасли РФ в целом и развитие туристско-рекреационного комплекса региона, поиск инновационных подходов к регулированию рынка туристских услуг в условиях кризиса, вопросы управления организациями индустрии гостеприимства, обращение к въездному туризму как направлению послекризисного развития экономики.

Работы, датированные 2021 и 2022 гг., ожидаемо концентрируют внимание на общемировых изменениях в международной туристской деятельности,

спровоцированных COVID-19, и касаются частных вопросов: развития цифровизации в туризме и гостиничном бизнесе; особенностей формирования стратегии управления гостиничными предприятиями в условиях политической нестабильности и экономического кризиса; показателей функционирования сегмента средств коллективного размещения в России в настоящее время.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования являются ряды динамики туристских прибытий (иностранцы) по странам мира за 1995–2022 гг. [145 key..., 2024]. В течение указанного периода времени в мировой экономике можно выделить три экономических кризиса: кризис, связанный с терактом 11 сентября 2001 г., глобальный экономический кризис 2009 г. и пандемия COVID-19. Постановка задачи заключается в осуществлении группировки стран по признаку реакции на указанные кризисные периоды. Для достижения этой цели предлагается использовать два подхода: 1) метод кластеризации и 2) метод, основанный на расчетах показателей темпа роста. Оба эти приема нуждаются в некоторых пояснениях.

Кластерный анализ (часто упрощаемый в названии до «кластеризации») представляет собой совокупность математических методов, предназначенных для формирования относительно «отдаленных» друг от друга групп «близких» между собой объектов по информации о расстояниях или связях (мер близости) между ними [Статистический..., 1989, с. 197]. Явным достоинством кластерного анализа является возможность его применения как к совокупности массивов, включающих целый комплекс разнообразных параметров, так и к временным рядам, рассматривающим динамику одного показателя, как в данной работе. Группировка осуществляется по принципу иерархической кластеризации. Однако важно учитывать, что по итогу применения методики будут формировать группы, даже если анализируемый набор данных представляет собой полностью случайную структуру. Поэтому необходимым этапом решения задачи выступает валидация кластеров, т. е. проверка обоснованности их выделения. Гипотеза, проверяемая в работе, заключается в том, что «сценарий проживания» кризиса, совокупное влияние факторов, формирующих въездной туристский поток, в ряде стран может иметь сходный характер, что и будет являться основанием для обобщения их в единый кластер.

Применение второго метода нуждается в предварительной подготовке данных. Очевидно, что сам кризис нельзя рассматривать в отрыве от остальных фаз цикла. Характер кризиса определяется всем предшествующим развитием, сам кризис, в свою

очередь, определяет дальнейшее развитие. Поэтому в исследовании рассматриваются докризисный и посткризисный периоды. По данным ЮНВТО, на восстановление глобального рынка международного туризма к докризисному уровню ушло 14 месяцев в случае кризиса 2001 г. и 18,5 месяцев после финансового кризиса 2009 г. По мнению ряда экспертов, на март 2024 г. мировой рынок туризма не только вос-

становился после пандемии COVID-19, но и превзошел допандемийный 2019 г. [И немедленно..., 2024]. Таким образом, на настоящий момент времени представляется возможным в каждом интервале времени, условно называемом «период экономического кризиса», выделить подынтервалы предкризиса (ПК), собственно кризиса (К) и посткризиса (выход из кризиса, ВК), как это представлено в табл. 1.

Таблица 1

Архитектура рассмотрения периодов мировых экономических кризисов 1995–2022 гг.

1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
Кризис терактов 11.09.2001									Экономический кризис 2009						Кризис COVID-19														
ПК						К		ВК		ПК						К		ВК		ПК						К		ВК	

Источник: составлено авторами.

На каждом выделенном подынтервале для всех стран, попавших в выборку, рассчитывается показатель темпа роста (или усредненного темпа роста, если интервал захватывает несколько лет), и в зависимости от того, больше он или меньше 100%, присваивается значение либо «1» (положительная динамика), либо «2» (отрицательная динамика). Таким образом, страна получает некий индекс из трех цифр, дающий представление о ситуации на туристском рынке в течение всего периода, обозначенного как «экономический кризис». Так, государства, туристский поток в которые показывал темп роста выше 100% на протяжении всего временного отрезка, составляют группу «111». Если при положительной тенденции в предкризис наблюдается падение показателей в период собственно кризиса с последующим быстрым восстановлением, страна попадает в группу «121». Интерпретация возможных комбинаций получаемых индексов представлена в табл. 2.

Нужно уточнить, что для попадания страны в выборку, необходим полноценный набор данных по всем обозначенным моментам времени, что, к сожалению, не всегда можно наблюдать. Сборник статистики туризма ЮНВТО [Compendium..., 2012], использующий в качестве источника информации национальные туристические администрации, национальные статистические управления и проч., признает, что в настоящее время значительное число стран не смогут предоставить полную информацию по всем показателям, и поэтому пользователи могут обнаружить лишь частичный охват при сравнении определенных тематических областей [Methodological..., 2019]. Это объясняет различный

объем выборок стран в анализе по каждому из трех мировых кризисов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Задача типологии территорий находилась в фокусе внимания научного мира достаточно давно. Для выделения относительно устойчивых объективно сложившихся комплексов стран используются различные подходы, в том числе с учетом отраслевой специфики [Бабурин и др., 2023]. Что же касается туристских территорий, то на Западе одной из наиболее известных и распространенных является классификация стран по уровню экономического развития, разработанная аналитической группой Всемирного банка. Именно ее используют в своей работе Всемирная туристская организация и другие международные организации в области туризма [Compendium..., 2012]. В современной российской географии пользуется заслуженной популярностью классификация туристских территорий на основе центр-периферийного подхода, в основу которого легло неравенство в международном туристском разделении труда [Александрова, 2002]. Более глубокий анализ, построенный на показателях размера территории и численности населения, общего уровня социально-экономического развития, уровня и характера развития международного туризма, особенностях туристского спроса и предложения, ориентированности туристских потоков, степени влияния международного туризма на национальную экономику, государственной политики в сфере туризма и туристской специализации позволил выделить пять типов стран.

**Вербальная интерпретация комбинаций индексов по темпам роста туристского потока
в подынтервалах кризиса**

Комбинированный индекс	Вербальная интерпретация
111	Отсутствие влияния кризиса на туристский поток
121	Быстрый выход из кризиса
122	Затяжной выход из кризиса
112	Пролонгированная реакция на кризис
222	Стабильно отрицательная динамика туристского потока на всех выделяемых временных отрезках
221	Положительное влияние антикризисных мер в период выхода из кризиса

Первый тип (центр мирового туристского пространства) – экономически высокоразвитые страны со зрелыми национальными системами международного туризма, комплексной туристской специализацией, к числу которых можно отнести *главные туристские страны* – США, Францию, Германию, Великобританию, Италию, Испанию, а также *небольшие по территории и численности населения высокоразвитые туристские страны Западной Европы* (Австрия, Швейцария, Бельгия, Нидерланды).

Второй тип – новые туристские страны, относящиеся к «полупериферии» мирового туристского пространства, с интенсивно формирующейся при поддержке государства полифункциональной системой международного туризма, преимущественно внутрирегиональной ориентированностью туристских потоков и растущим межрегиональным туристским обменом. Страны этой группы – Малайзия, Сингапур, Таиланд, Республика Корея, Турция, Объединенные Арабские Эмираты, Китай и др.

Третий тип – среднеразвитые страны «полупериферии» мирового туристского пространства с полифункциональной системой международного туризма в стадии трансформации и формирования цивилизованного рынка путешествий и внутрирегиональной ориентированностью туристских потоков. К этому типу относятся *страны Центрально-Восточной Европы* – Венгрия, Польша, Чешская Республика, Словакия, Словения.

Четвертый тип – *малые островные государства* (территории) *Карибского бассейна*, которые относятся к «полупериферии» и частично к «продвинутой» «периферии» мирового туристского пространства и представляют собой американский курорт приморского типа: Аруба, Антигуа и Барбуды, Багамы, Ямайка и проч.

Пятый тип – развивающиеся страны, относящиеся к «периферии» мирового туристского пространства, со слабо развитым рынком международного туризма, анклавным характером развития и природно-ориентированным типом международ-

ного туризма. Группу составляют главным образом *страны Восточной и Южной Африки* – Кения, Танзания, Намибия, Ботсвана, Зимбабве, Уганда и др. [Александрова, 2016].

Исследование международного туризма требует количественных показателей, а именно статистических данных, сбором и обобщением которых занимается ЮНВТО, публикуя результаты работы в специальных сборниках The Compendium of Tourism Statistics. С утверждением ООН новой международной методики измерения туризма – Международных рекомендаций по статистике туризма 2008 г. (IRTS 2008) – вышеуказанный статистический сборник претерпел пересмотр структуры и содержания его основных индикаторов, необходимых для международной сопоставимости данных о туризме. В частности, сейчас в нем содержится 145 показателей, посвященных въездному, выездному и внутреннему туризму; секторам туристской индустрии: размещению, питанию, перевозкам посетителей; деятельности туристских фирм; занятости в сфере туризма и проч. Яркими параметрами успешности национального туризма выступают объем потока туристов и доходы от туризма. Представляет интерес анализ корреляционной зависимости между двумя этими показателями по странам мира (рис. 4).

Как видно из результатов исследования, хотя все коэффициенты корреляции предсказуемо имеют прямо пропорциональную зависимость, тем не менее сила связи не всегда близка к 1. Наиболее плотную связь можно наблюдать в США (0,99), Турции (0,96), Японии (0,95), Германии (0,95), Египте (0,96) и др. При этом в ряде государств прослеживается средняя по силе связь. К их числу относятся Россия (0,75), Люксембург (0,73), Кипр (0,62) и Финляндия (0,61). Есть и представители стран с очень низким показателем этих коэффициентов: Польша (0,22), Греция (0,19) и Португалия (0,17). Таким образом, можно предположить, что объем турпотока не является единственным фактором, обеспечивающим доходы от туристской сферы. Большую роль игра-

ют продолжительность пребывания посетителей в туристской дестинации (число туродней), себестоимость туристских услуг, платежеспособность гостей региона, уровень их расходов и т. д. Но тем не менее число туристских прибытий в страну за определенный период времени по праву стоит на первом месте в системе статистических показателей развития отрасли. Именно поэтому последующий анализ строится на базе данной статистики.

Первый кризис, 2001 г. Кризис, вызванный террористической атакой 11 сентября 2001 г., существенно сказался на туристских потоках во всем мире. Сниже-

ние количества туристов и экскурсантов ударило по транспортным компаниям, туристским фирмам, коллективным средствам размещения, в целом по рынку труда, так как обслуживание посетителей относится к числу наиболее трудоемких видов экономической деятельности. Сейчас уже известно, что туристскому рынку в целом удалось восстановить прежние позиции в течение 14 месяцев, однако очевидно, что реакция на подобного рода катаклизмы у каждой страны носит индивидуальный характер [International..., 2020]. Так, в странах первого типа (центра) наблюдались следующие варианты (табл. 3).

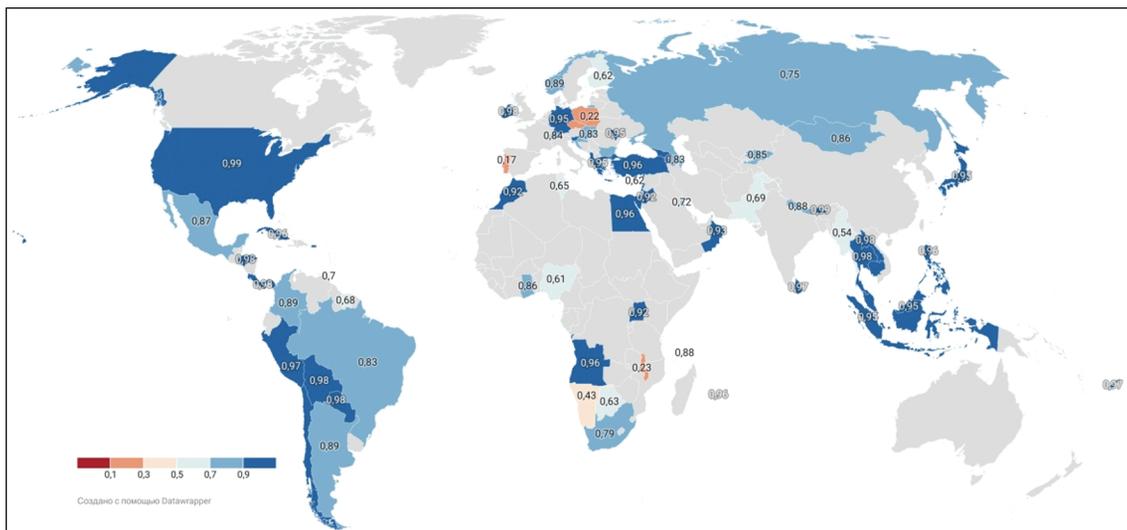


Рис. 4. Коэффициенты корреляции между объемами въездных туристских потоков и доходами от туризма по странам мира. *Примечание:* ряд стран не задействованы в исследовании по причине фрагментарного наличия данных либо полного их отсутствия

Fig. 4. The correlation coefficients between the volumes of entry tourist flows and tourism income by the countries of the world. *Note:* a number of countries are not involved in the study due to the absence, or fragmented availability, of data

В отличие от стран «центра» ни одна из стран второго типа не продемонстрировала ни быстрый, ни затяжной выход из кризиса, но добавилась группа стран с кодом 222, у которой и до входа в кризис туристский поток характеризовался падением показателей (табл. 4).

Особого внимания заслуживает местонахождение Турции в группе стран, устойчивых в отношении влияния глобального кризиса на туристскую сферу. Этот факт вызывает удивление в силу того, что внутренняя экономика Турции в 2001 г. пережила тяжелый финансовый кризис, повлекший спад практически во всех отраслях. Однако к снижению туристских потоков, как показывает статистика, это не привело. Объясняется это тем, что правительство страны, будучи заинтересованным в повышении экономических выгод от туризма, в период с 1982 по 2002 г. приняло ряд важных законодательных

актов для развития туризма; обеспечило широко-масштабную государственную поддержку частного сектора в туризме; бесплатно выделило государственные земли под курорты; активно занималось привлечением инвестиций, в том числе и зарубежных, в инфраструктурные проекты; предпринимало попытку диверсификации национального туристского продукта и т. п. К тому же основной генератор туристских потоков в мире того периода времени – западноевропейский рынок – находился на подъеме и нуждался в новых туристских предложениях. В России также отмечалась положительная динамика прироста выездного туристского потока. Турция, благодаря сравнительной дешевизне туристского продукта, была включена в программы крупнейших европейских и российских туроператоров, за счет чего мощно продвинулась на международном туристском рынке [Александрова, Аигина, 2022].

Модели поведения стран «центра» в период кризиса после 11 сентября 2001 г.

Код страны, полученный по методу расчетов темпов роста в подынтервалах «предкризис – кризис – выход из кризиса»			
111	121	112	122
Австрия Испания	Германия Великобритания	Бельгия	Франция Италия Нидерланды Швейцария США

Модели поведения новых туристских стран (стран «полупериферии») в период кризиса после 11 сентября 2001 г.

Код страны, полученный по методу расчетов темпов роста в подынтервалах «предкризис – кризис – выход из кризиса»				
111	121	112	122	222
Турция Объединенные Арабские Эмираты	–	Малайзия Таиланд Республика Корея	–	Сингапур

Страны третьего типа либо относятся к группе с запоздалой реакцией на кризис (например, Россия, Венгрия), либо и до кризиса не отличались активностью в сфере туризма (например, Польша). Только Чешской Республике удалось достаточно быстро восстановить туристский поток.

Среди стран (территорий) Карибского бассейна (четвертый тип) можно выделить группу проявивших устойчивость к кризису (код 111) – Белиз, Коста-Рика, Гренада. Есть и такие страны, которые довольно быстро смогли вернуть количественные показатели туристского потока к прежним величинам, – Ямайка, Доминика, Доминиканская Республика, Барбадос. Данное положение нуждается в дополнительном пояснении, ведь страны Карибского бассейна тесно связаны в туристском отношении с такими странами Центра, как США и Канада, и являются фактически моноотраслевыми. Если указанные страны первого типа отреагировали на кризис 2001 г. столь серьезным снижением туристского потока, то как же некоторым территориям Кариб удалось этого избежать? Объяснение кроется в нескольких факторах. Во-первых, данный регион не зря получил название «Райских уголков». Он обладает всеми преимуществами тропической зоны, обеспечивающими круглогодичный туризм. Знакомые по ярким буклетам пляжи с белым песком, бирюзовая в солнечную погоду морская вода, удивительные по красоте природные ландшафты – вот то, чем привлекают эти территории, и что плотно укоренилось в сознании мирового туристического сообщества, тяготеющего к гедонистическому отдыху.

Также востребованным в этом регионе является круизный туризм. Нужно отметить благоприятную роль географической близости к США и стратегически выгодного положения на главных торговых путях в Западном полушарии, между Европой и Америкой. Все это способствует росту турпотоков. Второй фактор заключается в том, что, начиная с 1950-х гг., многие жители региона по разным, но чаще экономическим причинам мигрировали в Великобританию, Канаду, США. Следствием этого стало создание многочисленных карибских культурных диаспор по всему миру. Эти сообщества в настоящее время служат важными источниками туристов, поскольку многие карибские экспатрианты, проживающие за границей, часто ездят «домой», чтобы навестить семью и друзей. Третья причина, актуальная именно для изучаемого временного отрезка, заключается в событиях начала 2000-х гг., когда национальные валюты во многих странах Карибского бассейна обесценились по отношению к курсу американского доллара. В результате отдых в них существенно подешевел для жителей североамериканских мегаполисов, на долю которых приходится более 70% рынка въездного туризма в Карибском бассейне [Dehoorne et al., 2010].

Нельзя не отметить, что такая сильная зависимость от одного рынка въездного туризма, пусть и самого емкого в Западном полушарии, сопряжена с очень высокими рисками. Развивающаяся страна не может контролировать внешних поставщиков туристов (туроператоров, авиакомпаний) и часто становится «заложником» ситуации. Ярким при-

мером может служить решение компании American Airlines о сокращении числа рейсов на 10%, причиной которому послужил существенный рост цены на нефть (2004 г.). Этому примеру последовали United Airlines и Continental. Все они обеспечивали авиаперевозки, в том числе и по Карибскому региону. Свертывание воздушного сообщения негативно повлияло на международный туристский обмен. Аналогичным образом сказались и события 11 сентября 2001 г. Таким образом, вполне логичным представляется выявление группы стран, не сумевших преодолеть последствия негативного экономического удара 2001 г. (в частности, Багамы, где произошло не только снижение туристского потока, но и затяжной выход из кризиса).

Страны пятого типа в меньшей степени испытали на себе влияние кризиса. Безусловно, в этих странах объемы въездных туристских потоков в сравнении с государствами «центра» и «полупериферии» существенно ниже, но объяснять этим проявление «стойкости» туристской сферы в кризисный период было бы ошибочным.

В экономике стран «периферии» международный туризм часто играет очень важную роль. С начала XXI в. Африка является одним из самых быстроразвивающихся туристических регионов, делающих акцент на стимулировании так называемого VIP-туризма (elite tourism, luxury tourism, luxury travel). Африканский континент с начала XX в. привлекал путешественников гармоничным сочетанием уникальных природных ландшафтов, эндемичной флоры и фауны, самобытной культуры местного населения. В настоящее время традиционные направления, такие как пляжный туризм, сафари, посещение национальных парков, расширяются новыми маршрутами, и при этом неукоснительно соблюдается условие сохранения привычного уровня комфорта туриста. Основные черты этого сегмента – максимально высокое качество туристического продукта с упором на индивидуальный подход к клиенту, что не может не сказываться на цене, во много превышающей стоимость услуги для обычного среднестатистического туриста. Это способствует привлечению местных и иностранных инвестиций в развитие отрасли, что в свою очередь создает новые рабочие места и оказывает поддержку развитию экономики не только в традиционных местах привлечения туристов (Маврикий, Сейшелы, Тунис), но и в странах, входящих в список беднейших. При этом элитный туризм чаще всего практически не чувствителен к кризисам [Прокпенко, 2022].

Кризис 2009 г. Международный финансовый кризис 2008–2009 гг., затронувший экономики большинства стран мира, ударил и по туристской активности. Единственная страна «центра», кото-

рую в данном отношении он не затронул, т. е. на всем обозначенном временном отрезке территория сохранила позиции роста (код 111) – Австрия. Все остальные страны этого типа вошли в группу 121 – испытали заметное снижение туристского потока в период кризиса, но достаточно быстро восстановили докризисные показатели. Государства, относимые ко второму типу, частично вошли в группу 111 – Республика Корея, Малайзия, Турция. Особо внимания здесь заслуживает кейс Республики Корея, активно развивающей специальную программу медицинского туризма, в рамках которой все больше иностранцев приезжают для прохождения комплексных обследований, лечения сложных заболеваний и проведения пластических процедур. Спрос на эти туристские услуги слабо реагирует на циклические колебания в экономике и находится на подъеме. По информации министерства здравоохранения, в 2009 г. доходы от медицинского туризма принесли в казну Южной Кореи 54,7 млрд вон (48,88 млн долл. США), а число зарубежных прибытий составило приблизительно 219% в сравнении с аналогичным показателем 2008 г. [Южная..., 2010]. Государства Таиланд, Сингапур, Китай, получив код 121, показали успешность антикризисных мер и достаточно быстро вышли на положительный темп роста туристских потоков.

Страны третьего типа при существенном кризисном падении количества туристов также продемонстрировали способность к восстановлению отрасли. В группе с кодом 121 оказались Россия, Чешская Республика, Польша, Словакия. Особо следует выделить Словению, которая, как и в предыдущем кризисном периоде 2001 г., проявила завидную стойкость сферы туризма к негативному влиянию мировых экономических потрясений, являясь единственным представителем стран своего типа в группе 111. Это можно объяснить выгодным географическим положением в центре Европы, большим потенциалом транзитных пассажирских перевозок и уникальными природными условиями, которые обусловлены расположением сразу в четырех зонах: Альпах, Средиземноморье, Среднедунайской низменности, а также Центральном регионе. За счет этих особенностей туризм в Словении характеризуется внесезонностью.

Четвертый тип стран либо вовсе не проявил кризисных явлений в туристской отрасли (Ямайка), либо при незначительном снижении количества туристов (около 5 и 7% относительно предкризисного периода) довольно быстро восстановил позиции (Антигуа и Барбуды, Багамы). Можно предположить, что в этом случае позитивную роль сыграло влияние США.

Аналогичная картина наблюдается и в странах пятого типа. В Намибии, Танзании, Уганде вовсе не

отмечено снижения объема туристского потока. Но стоит заметить, что рынки въездного туризма в этих странах относительно невелики. Страны же с более значительным объемом въездных туристских потоков попали в группу 121. В первых рядах здесь стоит выделить Королевство Саудовская Аравия (КСА), где с 2002 г. действует Генеральная стратегия развития туризма, направленная на получение социальных, культурных, экологических и экономических выгод с обязательным сохранением исламских ценностей, богатого наследия и традиционного гостеприимства. В этом регионе уникальным образом смешивается классический туризм, который только

начинает развиваться, и традиционное паломничество. Будучи колыбелью ислама, КСА ежегодно принимает большое количество паломников, их доля составляет более 50% в структуре потока туристов [Александрова, 2022]. Это и позволило данному региону в короткие сроки компенсировать кризисное снижение количества туристов. Этот пример доказывает, что часто именно туристская специализация страны определяет ее большую или меньшую чувствительность к кризисам.

Выводы, полученные на основании расчета темпов роста, совпадают с результатами кластерного анализа (рис. 5).



Рис. 5. Пример сопоставления результатов расчетов темпов роста туристских потоков и кластеризации стран по рядам динамики количества международных туристских прибытий в 2004–2011 гг.

Fig. 5. An example of comparing the results of calculating the growth rate of tourist flows and clustering countries by the rows of dynamics of the number of international tourist arrivals from 2004 to 2011

Кризис 2019 г. (COVID-19). Пандемия COVID-19 оказала беспрецедентное влияние на мировую экономику в целом и сферу туризма в частности. Так, в первые шесть месяцев пандемии мировой объем турпотока упал на 65%, а в России по итогам 2020 г. въездной туризм, по сравнению с предыдущим годом, упал на 74% [UNWTO, 2020]. Ни одна из стран не смогла устоять против этого мощного вызова, что нанесло колоссальный экономический ущерб. Однако выход из этого кризиса в региональном разрезе происходил и продолжает происходить по различным сценариям. Анализ данных процессов в рамках структурного центр-периферийного подхода позволяет получить следующие результаты (табл. 5).

Обобщая информацию по трем рассмотренным кризисам, можно утверждать, что особенно губительным для туризма проявил себя кризис 2020 г., вызванный пандемией COVID-19. Это относится и к тем странам, которые стойко выдерживали предыдущие экономические катаклизмы (Австрия, Турция, Словения и проч.). В целом же при всем разнообра-

зии реакций сферы туризма на кризисы можно выявить определенные общие черты у стран различных типов. Так, страны «центра», некоторые из которых образовали группу 122 в период 1995–2003 гг., имея затяжной путь выхода (США, Италия, Франция, Швейцария, Нидерланды), в дальнейшем перешли на единый для этого типа стран сценарий 121. Кризисы оказывают заметное влияние на туристскую экономику, но с их последствиями удается справиться все быстрее. Исключением выступает Япония, отстающая по скорости решения проблем.

Второй, третий и частично четвертый типы стран, объединяемых под названием «полупериферия», отличаются большим разнообразием моделей поведения в кризисные периоды 1995–2003 и 2004–2011 гг. Но снижение турпотока, вызванное COVID-19, за исключением Китая, они смогли преодолеть в течение 2021, 2022 гг. и вышли на положительную динамику показателя. Однако к концу 2022 г. достичь доковидных объемов въездных туристских потоков удалось только Объединенным Арабским Эмиратам.

Таблица 5

Группировки стран по расчетным величинам темпов роста в подынтервалах в 2012–2022 гг. (кризис COVID-19)

Типы стран	Варианты развития событий выхода из кризиса COVID-19
«Центр» (первый тип)	Во всех странах произошел выход из кризиса в течение 2021–2022 гг. (группа 121). Но при этом только Франции в 2022 г. удалось получить показатель, на 2,5% превышающий аналогичный в 2019 г. Остальные страны при наличии положительной динамики предкризисных значений пока не достигли (рис. 6). Исключение – Япония (группа 122), сохранившая к 2022 г. тенденцию к падению объема туристского потока
Страны «полупериферии» (второй тип)	Аналогично с первым типом большинство стран вошли в группу 121. ОАЭ на 5,5% смогли превысить количественный показатель иностранных туристов по сравнению с 2019 г. Турция практически вышли на прежние значения. Иная картина наблюдается в Китае. Опираясь на данные, можно утверждать, что имеет место затяжной выход из кризиса. Это объясняется очень поздним по сравнению с другими странами снятием ограничений на мобильность, которые действовали на протяжении трех лет. Границы были открыты только 08.01.2023 г.
Среднеразвитые страны «полупериферии» (третий тип)	Большинство стран составили группу 121, но ни одна не смогла достичь уровня 2019 г.
Страны «полупериферии» и «продвинутой» «периферии» (четвертый тип)	Вышли на положительную динамику (121) и достаточно близко находятся к значениям предкризисного периода
Страны «периферии» (пятый тип)	Государства разделяются на группы: 121 (Королевство Саудовская Аравия, Танзания, Камбоджа, Боливия и др.), 122 (Индонезия, ЦАР, Мьянма), 222 (например, Ботсвана). Также здесь представлены страны группы 221, которым антикризисные меры помогли выйти на положительную динамику туристского потока (Ангола, Буркина-Фасо, Чад, Эсватини и др.)

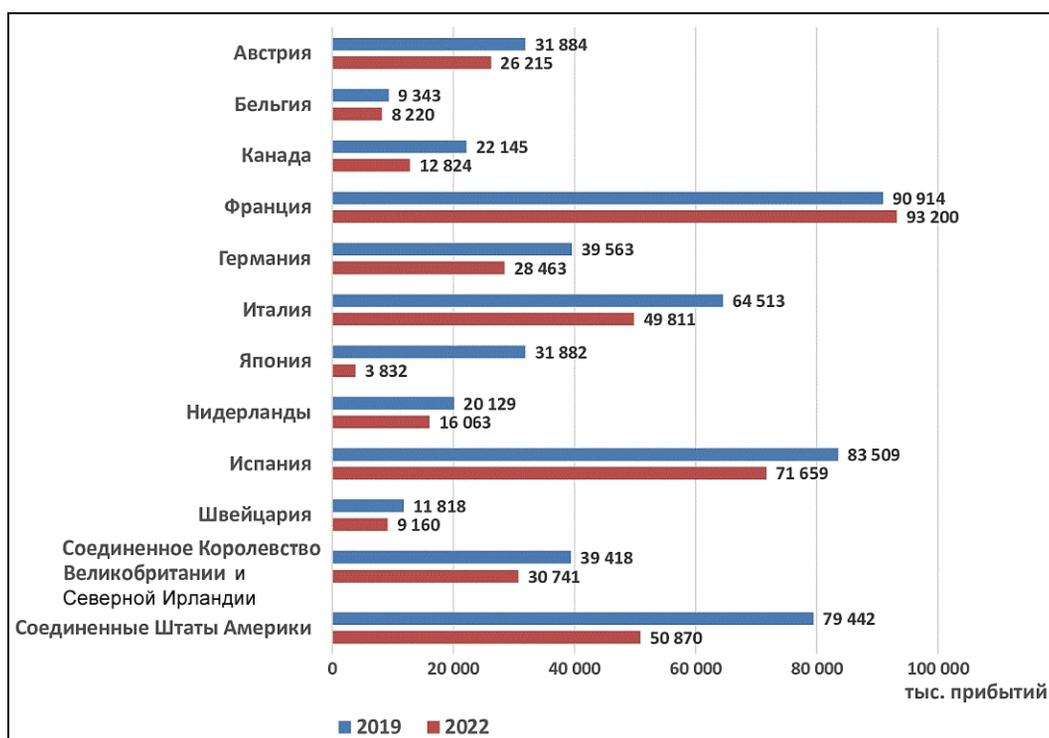


Рис. 6. Сравнительные характеристики въездных туристских потоков в страны «центра» за 2019 и 2022 гг.

Fig. 6. Comparative characteristics of entry tourist flows to the countries of the Center for 2019 and 2022

Часть стран четвертого типа и все, относящиеся к пятому типу, носят обобщающее название «периферия». Ситуация здесь также поливариативна. Поздняя реакция на кризис 2001 г., может смениться быстрым выходом из двух последующих и даже по информации 2022 г. практически вернуть поток иностранных туристов (95%), потерянный в результате пандемии (Королевство Саудовская Аравия). При этом на туризм в государстве Мьянма первые два кризиса не сказались, но третий ударил настолько сильно, что по прошествии двух лет, по имею-

щейся информации, удалось восстановить въездной турпоток только на 5% от доковидного уровня.

Оценивая эффективность используемого математического инструментария, можно утверждать, что кластерный анализ хорошо справляется с задачей группировки регионов по сценариям поведения. На рис. 7 сопоставлены ряды динамики турпотоков на примере четырех стран с фрагментом результатов кластеризации. Явное сходство моделей поведения отражается в объединении их в единый кластер, что доказывает состоятельность предлагаемого метода.

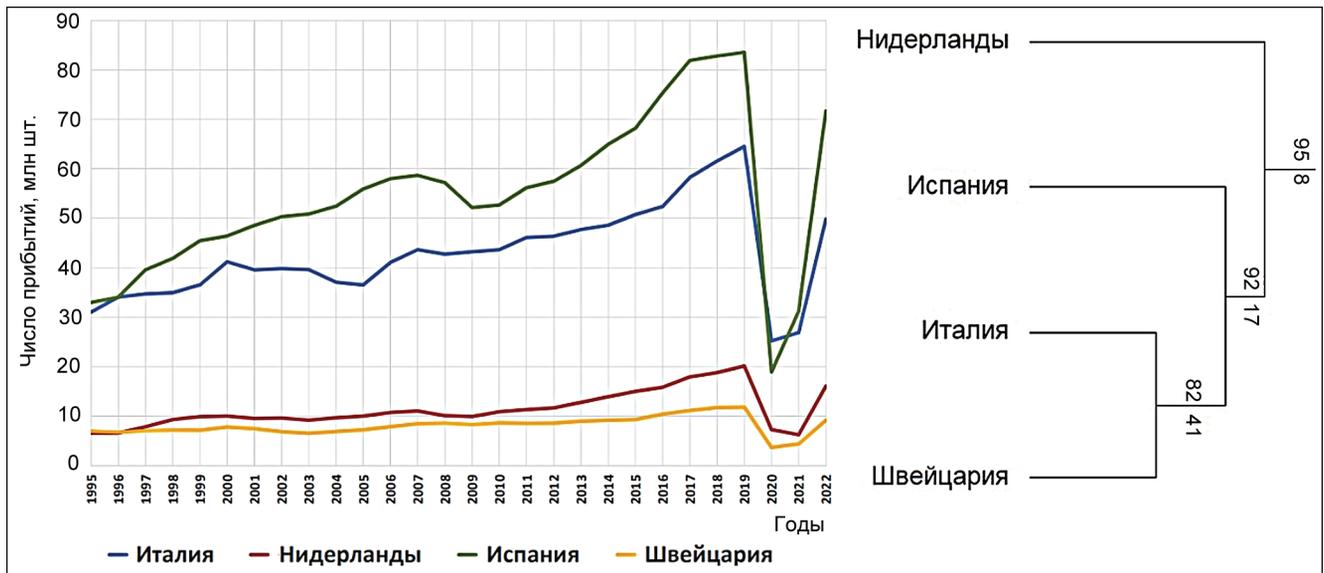


Рис. 7. Сравнение рядов динамики международных туристских прибытий с фрагментом дендрограммы, полученной в результате кластерного анализа

Fig. 7. Comparison of the rows of dynamics of international tourist arrivals with a fragment of a dendrogram obtained as a result of cluster analysis

ВЫВОДЫ

Подводя итог данной работы, представляется возможным сформулировать ряд выводов.

1. Результаты проведенного исследования опровергают распространенное среди специалистов мнение о том, что туризм, будучи чрезвычайно чувствительным к воздействию большого числа факторов разной природы, одним из первых среди отраслей экономики входит в кризис и столько же быстро выходит из него в силу накопления отложенного спроса. Исследование показало, что реакция на кризис туристских дестинаций отличается большим разнообразием, что позволяет выделить модели поведения: 1) стабильно растущую; 2) запаздывающие: а) пролонгированной реакции; б) затяжного выхода; 3) модель стабильного спада; 4) оздоравливающего влияния; 5) быстрого выхода. Причем это относится как к странам «центра» мирового туристского пространства, так и к странам «полупериферии» и

«периферии». Таким образом, экономическая динамика в них оказывается значительно сложнее, чем представлялось ранее.

2. Прежде считалось, что кризис охватывает сначала страны «центра», а затем каскадным образом эти импульсы передаются менее развитым и зависимым от них туристским территориям «полупериферии» и «периферии». Проведенное исследование опровергает и эту точку зрения, господствовавшую в географии туризма с 1970-х гг. Оно показало, что даже в таких туристских регионах, как Карибский бассейн, страны которого моноспециализированы на купально-пляжном и круизном туризме из США и Канады, часто наблюдается экономическая динамика, отличная от туристского центра-«метрополии». Особенности их экономического поведения обуславливаются действием дополнительных мощных факторов на туристский спрос, например девальвацией национальных де-

нежных единиц в условиях кризиса. Кроме того, большое значение имеет туристская специализация стран: спрос на одни виды туризма, как, например, купально-пляжный отдых, очень чувствителен к изменению рыночной конъюнктуры, а на другие – например, элитарные туры – отличается повышенной устойчивостью к кризисным явлениям.

3. При всех различиях в реакции туристских дестинаций на социально-экономические потрясения происходит их сближение. Этому способствуют процессы глобализации, активно протекающие на рынке международных туристских обменов. Наиболее ярким доказательством тому служит практически одинаковая в большинстве стран мира государственная поддержка туризма в условиях пандемии COVID-19 и связанных с ней ограничений мобильности. Наиболее эффективными и распространенными мерами государственного регулирования туристского спроса и предложения в странах «центра», «полупериферии» и «периферии» были фискальные и монетарные меры, а также политика сохранения рабочих мест. Большую роль в распространении положительного опыта сыграла ЮНВТО, эксперты которой вели постоянный мониторинг туристского рынка, собирали и оперативно

публиковали статистические данные, размещали в открытом доступе аналитические материалы.

4. Проведенное исследование с широким использованием современных методов математической статистики наглядно подтверждает острую необходимость в обновлении и развитии методического аппарата в отечественных туристско-географических исследованиях. В настоящее время его ограниченность является главным препятствием на пути к научным прорывам.

5. Данное исследование носит пилотный характер; теория и практика требуют его продолжения. В качестве направлений развития работы предлагается:

- изучение факторов, определяющих столь разную экономическую динамику в туристских дестинациях «центра», «полупериферии» и «периферии»;

- расширение перечня методического аппарата за счет других подходов к кластерному анализу, в частности сравнение результатов группировки временных рядов и кластеризации по набору влияющих факторов;

- совершенствование традиционных источников статистических данных и поиска новых оперативных и надежных источников информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абалаков А.Д., Панкеева Н.С. Особенности развития туризма в период глобального экономического кризиса // География и природные ресурсы. 2011. № 3. С. 111–117.
- Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М.: Пресс-Соло, 2002. 384 с.
- Александрова А.Ю. Типология стран мира по уровню развития международного туризма // География и природные ресурсы. 2016. № 1. С. 14–22.
- Александрова А.Ю., Аугина Е.В. Стратегии развития туризма в странах и регионах мира. М.: Кнорус, 2022. 302 с.
- Бабурин В.Л., Горячко М.Д., Демидова К.В. и др. Ядропериферийная модель размещения промышленности: мир и Россия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. 2023. № 4. С. 3–17. DOI: 10.55959/MSU0579-9414.5.78.4.1.
- Воронцова Е.А. Индустрия туризма в условиях экономического кризиса: тенденции и перспективы развития // Studia Humanitatis Borealis. 2015. № 1(4). С. 59–67.
- Голубчиков С.Н., Хетагурова В.Ш., Брюханова Г.А. Экономический кризис как стимул развития рекреационно-туристского комплекса северного Подмосковья // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 2. С. 41–47.
- Гуревич О.Ю., Кононов А.Ю., Ромеронова А.А. Туризм в эпоху COVID-19: меры поддержки и траектории восстановления // Вестник Владивостокского гос. ун-та экономики и сервиса. 2020. Т. 12. № 2. С. 61–72. DOI: 10.24866/VVSU/2073-3984/2020-2/061-072.
- Джанджугазова Е.А., Первунин С.Н. Российский туризм: анатомия кризиса // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 1(2). С. 116–129.
- Дудко В.В., Патаракин Е.Д. Исследование научных школ университета средствами библиометрического картирования // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского гос. ун-та. 2023. Т. 15. № 1. С. 150–167. DOI: 10.24866/VVSU/2949-1258/2023-1/150-167.
- Келлер П. Влияние мировых кризисов на туризм // Вестник РМАТ. 2013. № 3(9). С. 17–20.
- Корчагин Е.П. Российский рынок туризма в условиях экономического кризиса // Вестник Тамбовского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 6(146). С. 94–100.
- Леонидова Е.Г. Туризм в России в условиях COVID-19: оценка экономического эффекта от стимулирования спроса для страны и регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14. № 2. С. 59–74.
- Панин А.Н., Рьельский И.А., Тикунов В.С. Пространственные закономерности распространения пандемии COVID-19 в России и мире: картографический анализ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. 2021. № 1. С. 62–77.
- Прокопенко Л.Я. VIP-туризм в Африке: история, развитие, проблемы и перспективы после пандемии COVID-19 // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2022. № 15(4). С. 137–158. DOI: 10.31249/kgf/2022.04.08.
- Рубцова Н.В. Влияние современных экономических кризисов на эффективность функционирования сферы

- туристско-рекреационных услуг регионов Прибайкалья // Региональная экономика: теория и практика. 2018. Т. 16. № 7(454). С. 1376–1390.
- Статистический словарь / гл. ред. М.А. Королев. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 1989. 623 с.
- Степанов М.А. Последствия пандемии COVID-19 для международного туризма в 2020 г.: коллапс или метаморфоза? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. 2021. № 6. С. 27–39.
- Цехла С.Ю. Развитие международного туризма: тенденции и социально-экономические процессы // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. Т. 7. № 1. С. 38–47. DOI: 10.37279/2309-7663-2021-7-1-38-47.
- Compendium of Tourism Statistics, 2006–2010, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2012, 664 p.
- International tourism faces deepest crisis in history, *UNWTO World Tourism Barometer*, 2020, vol. 18, iss. 2, May, p. 19.
- Электронные ресурсы*
- Научная электронная библиотека диссертаций и авторефератов. URL: <https://www.disserscat.com/> (дата обращения 25.08.2024).
- И немедленно выехал // Коммерсант. 31.03.2024. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6592094> (дата обращения 25.08.2024).
- Южная Корея набирает популярность в медицинском туризме // РИА новости. 29.04.2010. URL: <https://ria.ru/20100429/228167889.html> (дата обращения 25.08.2024).
- The UNWTO Tourism Data Dashboard, URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard> (дата обращения 25.08.2024).
- UN Tourism Barometer, 2023, URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (дата обращения 25.08.2024).
- 145 key tourism statistics. Inbound Tourism, 2024, URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (дата обращения 25.08.2024).
- Methodological Notes to the Tourism Statistics Database, Madrid, Spain, 2019, DOI: 10.18111/9789284420476, URL: https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/51701/methodological_notes_2019.pdf (дата обращения 25.08.2024).
- Dehoorne O., Murat C., Petit-Charles N. International tourism in the Caribbean Area: Current Status and Future Prospects, *Études caribéennes*, 8.16.2010, URL: <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/4713>, DOI: 10.4000/etudescaribeennes.4713 (дата обращения 25.08.2024).
- UNWTO World Tourism Barometer May 2020, Special focus on the Impact of COVID-19, URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/Barometer_May2020_full.pdf (дата обращения 25.08.2024).

Поступила в редакцию 01.10.2024

После доработки 12.11.2024

Принята к публикации 26.11.2024

SPATIAL AND TEMPORAL CHANGES OF THE WORLD TOURIST MARKET DURING THE MAJOR CRISES OF THE EARLY 21st CENTURY

A.Yu. Aleksandrova¹, V.E. Dombrovskaya²

¹ *Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, Department of Recreation Geography and Tourism*

² *Tver State University, Faculty of Geography, Department of Tourism and Nature Management*

¹ *Professor; D.Sc. in Geography; e-mail: analexan@mail.ru*

² *Associate Professor; Ph.D. in Physics and Mathematics; e-mail: Dombrovskaya.VE@tversu.ru*

Modern global space is characterized by a complex heterogeneous structure, a high degree of variability, and regularly repeating crises. Tourism is a first to react to any political, economic, natural-climatic and other changes. At the same time, it is obvious that the variety of tourist regions and factors affecting their formation and development made the reaction asynchronous and non-identical. Options for the models of countries behavior at the world tourist market as a part of the center-peripheral approach are the focus of attention in our work. The object of the study is spatio-temporal changes in international tourism during 1995–2022. During this period of time, the world economy underwent three serious collapses, i.e. a crisis associated with the September 11, 2001 terrorist attack, the 2009 global economic crisis and the Covid-19 pandemic. The purpose of the work is to group the national tourist destinations on the basis of reaction to these crisis periods. To achieve the goal, mathematical and statistical methods are used, such as the cluster analysis and the method based on the calculation of indicators of the growth rate of international tourist arrivals. The scenarios of the behavior of national tourist destinations are compared both separately for each crisis and for all three crises in total. As a result, the following models of behavior were revealed: 1) steady growing; 2) delaying: a) a prolonged reaction; b) a protracted output; 3) stable decline; 4) reviving influence; 5) quick exit. The article proposes an analysis of the totality of factors responsible for this or that development of events in particular countries. The pilot study could go on by studying the factors that determine very different socio-economic dynamics in tourist destinations, as well as by expanding the methodological apparatus.

Keywords: tourism, tourist flow, tourist destination, global economic crisis, center-peripheral approach, cluster analysis, methods of mathematical statistics, models of behavior

REFERENCES

- Abalakov A.D., Pankeeva N.S. Osobennosti razvitiya turizma v period global'nogo ekonomicheskogo krizisa [Features of the development of tourism during the global economic crisis], *Geografiya i prirodnye resursy*, 2011, no. 3, p. 111–117. (In Russian)
- Aleksandrova A.Yu. *Struktura turistskogo rynka* [The structure of the tourist market], Moscow, Press-Solo Publ., 2002, 384 p. (In Russian)
- Aleksandrova A.Yu., Aigina E.V. *Strategii razvitiya turizma v stranakh i regionakh mira* [Tourism development strategies in countries and regions of the world], Moscow, Knorus Publ., 2022, 302 p. (In Russian)
- Aleksandrova A.Yu. Typology of countries of the world according to the development level of international tourism, *Geography and Natural Resources*, 2016, no. 1, p. 18–25.
- Baburin V.L., Goryachko M.D., Demidova K.V. et al. Yadro-periferiinaya model' razmeshcheniya promyshlennosti: mir i Rossiya [Core-peripheral model of industrial localization: world and Russia], *Vestn. Mosk. Un-ta, Ser. 5, Geogr.*, 2023, no. 4, p. 3–17, DOI: 10.55959/MSU0579-9414.5.78.4.1. (In Russian)
- Compendium of Tourism Statistics, 2006–2010*, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2012, 664 p.
- Dudko V.V., Patarakin E.D. Issledovanie nauchnykh shkol universiteta sredstvami bibliometricheskogo kartirovaniya. Territoriya novykh vozmozhnostei [Research by university scientific schools by means of bibliometric mapping. The territory of new opportunities], *Vestn. Vladivostokskogo gos. un-ta*, 2023, vol. 15, no. 1, p. 150–167, DOI: 10.24866/VVSU/2949-1258/2023-1/150-167. (In Russian)
- Dzhandzhugazova E.A., Pervunin S.N. Rossiiskii turizm: anatomiya krizisa [Russian tourism: anatomy of crisis], *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee*, 2015, no. 1(2), p. 116–129. (In Russian)
- Golubchikov S.N., Khetagurova V.Sh., Bryukhanova G.A. Ekonomicheskii krizis kak stimul razvitiya rekreatsionno-turistskogo kompleksa severnogo Podmoskov'ya [Economic crisis as an incentive for the development of the recreational-tourist complex of the Northern Moscow Region], *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2015, vol. 9, no. 2, p. 41–47. (In Russian)
- Gurevich O.Yu., Kononov A.Yu., Romeronova A.A. Turizm v epokhu COVID-19: mery podderzhki i traektorii vosstanovleniya [Tourism in the COVID-19 era: support measures and restoration trajectories], *Vestn. Vladivostokskogo gos. un-ta ekonomiki i servisa*, 2020, vol. 12, no. 2, p. 61–72. (In Russian)
- International tourism faces deepest crisis in history, *UNWTO World Tourism Barometer*, 2020, vol. 18, iss. 2, May, p. 19.
- Keller P. Vliyanie mirovykh krizisov na turizm [The influence of global crises on tourism], *Vestnik RMAT*, 2013, no. 3(9), p. 17–20.
- Korchagin E.P. Rossiiskii rynek turizma v usloviyakh ekonomicheskogo krizisa [Russian tourism market in the conditions of economic crisis], *Vestnik Tambovskogo universiteta, Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2015, no. 6(146), p. 94–100. (In Russian)
- Leonidova E.G. Turizm v Rossii v usloviyakh COVID-19: otsenka ekonomicheskogo effekta ot stimulirovaniya sprosa dlya strany i regionov [Tourism in Russia in the conditions of Chovid-19: Assessment of the economic effect of demand stimulation for the country and regions], *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 2021, vol. 14, no. 2, p. 59–74. (In Russian)
- Panin A.N., Rilskiy I.A., Tikunov V.S. Prostranstvennyye zakonornosti rasprostraneniya pandemii COVID-19 v Rossii i mire: kartograficheskii analiz [Spatial patterns of COVID-19 distribution in Russia and the world: cartographic analysis], *Vestn. Mosk. Un-ta, Ser. 5, Geogr.*, 2021, no. 1, p. 62–77. (In Russian)
- Prokopenko L.Ya. VIP-turizm v Afrike: istoriya, razvitiye, problemy i perspektivy posle pandemii COVID-19 [VIP tourism in Africa: history, development, problems and prospects after Pandemia Chovid-19], *Kontury global'nykh transformatsii: politika, ekonomika, pravo*, 2022, no. 15(4), p. 137–158, DOI: 10.31249/kgt/2022.04.08. (In Russian)
- Rubtsova N.V. Vliyanie sovremennykh ekonomicheskikh krizisov na effektivnost' funktsionirovaniya sfery turistsko-rekreatsionnykh uslug regionov Pribaikal'ya [The impact of modern economic crises on the effectiveness of the sphere of tourist and recreational services of the regions of the Baikal], *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, 2018, vol. 16, no. 7(454), p. 1376–1390. (In Russian)
- Statisticheskii slovar'* [Statistical dictionary], izd. 2, Moscow, Finansy i statistika Publ., 1989, 623 p. (In Russian)
- Stepanov M.A. Posledstviya pandemii COVID-19 dlya mezhdunarodnogo turizma v 2020 g.: kollaps ili metamorfoza? [Effects of COVID-19 pandemic on the international tourism in 2020: collapse or metamorphoses?], *Vestn. Mosk. Un-ta, Ser. 5, Geogr.*, 2021, no. 6, p. 27–39. (In Russian)
- Tsekhla S.Yu. Razvitiye mezhdunarodnogo turizma: tendentsii i sotsial'no-ekonomicheskie protsessy [Development of international tourism: trends and socio-economic processes], *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*, 2021, vol. 7, no. 1, p. 38–47, DOI: 10.37279/2309-7663-2021-7-1-38-47. (In Russian)
- Vorontsova E.A. Industriya turizma v usloviyakh ekonomicheskogo krizisa: tendentsii i perspektivy razvitiya [Tourism industry in the context of an economic crisis: trends and development prospects], *Studia Humanitatis Borealis*, 2015, no. 1(4), p. 59–67. (In Russian)
- Web sources*
- Nauchnaya elektronnyaya biblioteka dissertatsii i avtoreferatov [Scientific electronic library of dissertations and abstracts], URL: <https://www.dissercat.com/> (access date 25.08.2024). (In Russian)
- I nemedlenno vyekhal [And immediately left], *Kommersant*, 31.03.2024, URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6592094> (access date 25.08.2024). (In Russian)
- Yuzhnaya Koreya nabiraet populyarnost' v meditsinskom turizme [South Korea is gaining popularity in medical tourism]

- cal tourism], *RIA Novosti*, 29.04.2010, URL: <https://ria.ru/20100429/228167889.html> (access date 25.08.2024). (In Russian)
- The UNWTO Tourism Data Dashboard, URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard> (access date 25.08.2024).
- UN Tourism Barometer, 2023, URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (access date 25.08.2024).
- 145 key tourism statistics. Inbound Tourism, 2024, URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (access date 25.08.2024).
- Methodological Notes to the Tourism Statistics Database, Madrid, Spain, 2019, DOI: 10.18111/9789284420476, URL: https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/51701/methodological_notes_2019.pdf (access date 25.08.2024).
- Dehoorne O., Murat C., Petit-Charles N. International tourism in the Caribbean Area: Current Status and Future Prospects, *Études caribéennes*, 8.16.2010 (access date 25.08.2024).
- UNWTO World Tourism Barometer May 2020, Special focus on the Impact of COVID-19, URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/Barometer_May2020_full.pdf (access date 25.08.2024).

Received 01.10.2024

Revised 12.11.2024

Accepted 26.11.2024