

ТУРИЗМ В СТРАНАХ БРИКС КАК АНТИПОД УСТОЯВШИМСЯ ЕВРОПЕЙСКИМ ТУРИСТСКИМ ДЕСТИНАЦИЯМ

Лыкова А. А.

Студент бакалавриата
Высшая школа туризма и гостеприимства
ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»
г. Москва, Российская Федерация
arina.lykova.06@bk.ru

Научный руководитель:

Булдаков В. О.

Ассистент-преподаватель
Высшая школа туризма и гостеприимства
ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»
г. Москва, Российская Федерация
buldakov.rgutis@bk.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются страны объединения БРИКС в качестве антипода устоявшимся туристским дестинациям в Европе. Анализируются научные статьи, посвященные данной тематике. Изучаются основные участники-страны БРИКС, формируется перечень преимуществ, связанных со сферой туризма в данных странах, перечисляются экономические факторы, влияющие на выбор стран БРИКС в качестве туристских дестинаций. Обозначается ряд проблем, с которыми сталкиваются Европейские державы в сфере туризма. Приводится сравнение видов туризма и туристских ресурсов между странами БРИКС и Европы. Исследуется статистика, связанная с изменениями в оценке вклада туристской отрасли в странах БРИКС. Разбирается ряд факторов, причастных к формированию новой конъюнктуры на туристском рынке при участии стран БРИКС. В выводе выдвигаются перспективы развития объединения БРИКС на мировом туристском рынке на протяжении следующих 3–5 лет.

Ключевые слова:

БРИКС, Европейские державы, сфера туризма, глобализация, овертуризм, туристские потоки, новые туристские дестинации

Введение

Современная индустрия туризма стоит на этапе сильнейших трансформаций, обусловленных как глобализацией, так и изменением ценностных ориентиров туристов. В XX веке поездка за границу была редкостью и зачастую возможностью, ориентированной для элитарных слоёв общества. К настоящему же моменту туризм стал массовым явлением, доступным широким слоям населения. Однако в этот момент возникла серьезная проблема: чем чаще человек путешествует, тем сложнее ему получить уникальный опыт, а работникам туристской сферы удивить его. Привычные туристские маршруты сегодня ассоциируются с очередями, переполненными

достопримечательностями и одинаковым, стандартизированным сервисом. И на протяжении последних 4 лет, в связи с геополитическими изменениями, были подвержены изменению предпочтения как российских, так и зарубежных туристов, поскольку введение ограничений на поездки в определенные страны способствует трансформации запросов туристов на инновационные туристские дестинации. В этом контексте растет запрос у населения на альтернативные маршруты и новые впечатления, что является отличной возможностью для стран объединения БРИКС сменить туристский вектор.

Анализ литературы.

Тематика туризма в странах БРИКС активно изучается отечественными учеными-исследователями. Соответственно, важно рассмотреть понятие о БРИКС, а также проанализировать развитие сферы туризма в государствах-участниках БРИКС.

Кондрашин И.И. обозначает БРИКС в качестве союза государств (Бразилия, Китай, Индия, Россия, а с 2010 года – ЮАР) с наиболее динамичной экономикой, которые способны оказать наибольшее воздействие на мировое хозяйство в 21 веке[4]. Также исследователь отмечает, что наибольшим спросом на международном туристском рынке пользуются Китай, Индия, Египет, Индонезия и ОАЭ;

Варинова А. С., Павлова А. И. указывают на то, что создание БРИКС стало одним из самых важных геополитических событий в начале 21 века[2]. Авторы подмечают, что страны БРИКС играют важную роль в развитии мировой экономики и международных отношений;

Муаедович Л. Р., Глухов Д. В., Пронина Е. В., Санаева Т. А., Саламова М. Т., анализируя перспективы развития сферы туризма в странах БРИКС, ссылаются на данные от Министерства экономического развития РФ, где говорится о том, что к 2030 году взаимный туристский поток между странами-участниками объединения БРИКС может достигнуть показателя в 20 миллионов поездок[5]. Вдобавок, исследователи отображают вклад сферы туризма в ВВП (далее – внутренний валовой продукт) некоторых стран БРИКС (Индия – 7 % ВВП, Бразилия – 8 % ВВП, Российская Федерация – 2,8 % ВВП);

Прокофьева Е. Н., Восканян Л. В. объясняют, что по данным 2021 года, среднестатистические расходы резидентов стран БРИКС на сферу туризма были распределены следующим образом: Китай – 324,7 долл.США на человека, Индия – 110,5 долл.США, Бразилия – 325,3 долл.США, Россия – 270,9 долл.США[6]. Авторы также рассматривают въездные туристские потоки в страны БРИКС. Так, для ЮАР характерен въездной туристский поток из стран Африки, для Бразилии – из Северной и Южной Америки, для Индии – из Северной и Южной Америки и Европы, для Китая – из Азии и Европы, для России – из Азии и Европы. Однако важно подметить, что с 2022 года в Россию сократился въездной туристский поток из Европы, зато увеличился из Азии, позволив занять преобладающую долю.

Анализ научной литературы способствует формированию тезиса о том, что сфера туризма в странах БРИКС активно развивается, оказывая воздействие на рост вклада туристской отрасли в мировую экономику. Соответственно, важно подробнее рассмотреть сферу туризма в странах-участниках БРИКС и сравнить её с Европейской моделью.

Основная часть.

БРИКС – это не просто экономический союз нескольких стран. Для современного путешественника он стал символом открытия новых маршрутов и точек притяжения за пределами привычных

европейских направлений. Страны, входящие в этот союз (Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР), долгое время оставались в тени обычных лидеров этой области. Однако, сейчас они могут предложить даже самым изощренным и не только путешественникам совершенно новый опыт, впечатления и эмоции. БРИКС становится настоящим антиподом устоявшимся направлениям, таким как Европа и Юго – Восточная Азия. Эти регионы уже хорошо изучены, обладают развитой инфраструктурой, качественным сервисом, обилием услуг для любого вида туризма. Страны БРИКС в свою очередь предлагают другой, новый опыт: масштабность, разнообразность, возможность погрузиться в совершенно иную культуру и реальность. Здесь можно встретить как ультрасовременные мегаполисы, так и глухие деревни, где уклад жизни не менялся в течение многих десятков лет [3].

Важно отметить, что в 2024 году состав БРИКС расширился путем присоединения Египта, Ирана, ОАЭ, Эфиопии и других стран [11]. Этот факт еще больше усиливает туристский потенциал объединения. Для путешественников это уникальная возможность посетить точки от пустынь Северной Африки до древних цивилизаций Ближнего Востока. Так, БРИКС становится серьезным конкурентом стандартных путеводителей.

Каждая страна – участница является самобытной, с многочисленными предложениями для туристов:

1. Бразилия – страна контрастов. В ней сочетаются быстрый ритм таких мегаполисов, как: Сан – Паулу, Рио – де – Жанейро с их знаменитым карнавалом и пляжами Копакабаны – уникальные природные ландшафты Амазонии, самого большого тропического леса на планете, где в чашах до сих пор живут племена, не знающие цивилизации и способные стать отличной точкой притяжения туристов, чего в подобном колорите Европа предложить не может;
2. Россия – кладезь туристского разнообразия. Это самая большая страна с наибольшим количеством национального разнообразия в мире. За одну поездку здесь можно увидеть всё: от заснеженных вулканов Камчатки и необычной красоты Байкала до древнейших построек в городах Золотого кольца;
3. Индия – страна для тех, кто ищет духовность и яркие эмоции. Контраст нищеты трущоб и роскоши дворцов махараджей. Так же страна поражает своими природными богатствами в горной части – Гималаях. И, стоит отметить, что именно здесь расположено одно из чудес света – Тадж – Махал;
4. Китай – будет в особенности интересен тем, кто любит быстрый ритм, масштабность и современные технологии, развивающиеся здесь с поразительной скоростью. Это место, где другое чудо света – Великая китайская стена граничит с футуристическими небоскрёбами Шанхая. А также китайская кухня считается одной из самых разнообразных в мире, и каждый турист найдет блюдо себе по душе;
5. ЮАР предлагает безальтернативные Европе предложения в виде сафари в национальных парках;

Страны БРИКС становятся альтернативой массовым маршрутам, предоставляя ряд преимуществ туристам. Одной из ключевых причин необходимости смены туристических приоритетов с точки зрения рядового туриста является феномен «овертуризма» – ситуация, когда поток туристов превышает возможности туристического объекта [8]. По ряду причин это становится всё большей проблемой для Европы:

1. Во – первых, понижается эмоциональное качество туристских услуг. Главные достопримечательности превращаются в бесконечные очереди, что сильно уменьшает впечатления от посещения

- того или иного места. Инфраструктуре городов становится все сложнее справиться с нагрузкой из-за чего общественный транспорт переполнен, цены на жильё и местные товары и сувениры растут, а исторические места теряют свою аутентичность и уникальность.
2. Во – вторых, овертуризм вызывает социальное напряжение и увеличивает риск межконфессиональных и межнациональных конфликтов. Туристы становятся в первую очередь источником неудобств для местных жителей, а не источником дохода как это было раньше. В некоторых европейских городах даже проходят протесты против «неконтролируемого туризма» [7].
 3. В – третьих, возникает и экологическая угроза. Природные парки, заповедники страдают от вытаптывания загрязнение и разрушения экосистем.

В итоге у путешественника формируется усталость от «туристского конвейера». Поездка в популярное место перестаёт быть приключением и превращается в выполнение обязательной программы из путеводителя. Возникает потребность вырваться из этого замкнутого круга и найти пространства, где можно почувствовать свободу и единение.

Параллельно с усталостью толп развивается запрос на уникальность. Глобализация привела к унификации многих аспектов жизни: международные сети отелей (Hilton, Marriott), рестораны быстрого питания (KFC), однотипность сувениров по всей Европе и одинаковость каждого тура (аэропорт, отель, пляж, музей, сувенирный магазин). Однако человеческая психология всегда хочет нового, уникального, не типичного, чтобы в отпуске отдохнуть от рутинности и заикленности рабочих дней.

Страны БРИКС в этом отношении имеют огромные возможности и ресурсы для удовлетворения этого запроса. В отличие от многих европейских направлений, где туризм является важной частью экономики, ввиду чего всё подчиняется исключительно интересу гостя, в странах БРИКС отдыхающий часто оказывается в среде, которая живёт своей жизнью. Здесь можно встретить рынки с натуральными продуктами, традиционные ремесла, не поставленные на поток для иностранцев, и праздники, которые отмечают для себя, а не для привлечения туристов.

Другим мощным драйвером смены туристских потоков является поиск экзотики, кардинального отличия от привычной картины мира: другой природы, другой культуры и другого быта. Европейские маршруты, при всем их богатстве, предлагают путешествия так или иначе внутри одной цивилизации – западной. Однако Европейская культура не может сравниться с культурой Китая, Индии, Бразилии, ввиду специфического менталитета, традиций и обычаев в данных странах. Соответственно, складывается тенденции, заключающаяся в том, что современный турист предпочитает планировать и осуществлять поездки в новые туристские дестинации за получением необычного опыта и впечатлений. Разумеется, страны Европы всё еще могут удивлять туристов благодаря наличию разнообразных туристских ресурсов, однако с каждым годом усложняется процесс формирования уникальных туристских продуктов, ввиду того, что Европа является центром овертуризма в мире и, следовательно, Европейские державы предлагают стандартные туристские продукты, так как знают, что в любом случае туристы придут в Европу и будут посещать, в большинстве случаев, одни и те же дестинации и достопримечательности. Поэтому у стран Европы отсутствует необходимость в массовом обновлении существующих туристских продуктов и создании новых предложений. В свою очередь, страны объединения БРИКС стараются

предлагать аутентичные и уникальные туристские предложения для туристов из других стран, поскольку туристская отрасль в данных государствах находится на стадии развития, в отличие от стран Европы, и формирование неповторимых туристских маршрутов позволяет привлекать большее количество туристов, что способствует развитию туристской отрасли в странах-участниках БРИКС. Таким образом, поездка в одну из стран БРИКС трансформируется из отдыха в полноценное исследование.

Немаловажной причиной успеха стран БРИКС в качестве развивающихся туристских дестинаций стоит считать экономический рост участников объединения. Это так, поскольку одной из причин формирования объединения стоит считать укрепление торговых, экономических и инвестиционных связей между её участниками. По состоянию на 2024 год, из десяти крупнейших экономик мира по номинальному ВВП трое приходится на участников БРИКС (Китай – 2 место с объёмом в 18748 млрд.долл.США; Индия – 5 место с объёмом в 3909,1 млрд.долл.США; Бразилия – 10 место с объёмом в 2171,3 млрд.долл.США). Россия же в данном рейтинге находилась на 11 месте с объёмом номинального ВВП в 2161,2 млрд.долл.США. Можно предположить, что по итогам 2025 года Россия вошла в десятку, обогнав Бразилию[1]. Соответственно, рост экономической мощи государств, входящих в состав БРИКС, влияет и на сферу туризма в данных странах, так как увеличение количества производимых товаров и услуг позволяет создавать более качественную туристскую инфраструктуру, что способствует привлечению большего количества туристов. Также стоит отметить, что в последнее время формируется тенденция, связанная с тем, что туристам интересно посещать страны с развивающейся экономикой, потому что они смогут посмотреть на данный процесс в реальном времени. И это отражается и на странах БРИКС. Поэтому следует отобразить причины успеха стран БРИКС на мировом туристском рынке, в сравнении со странами Европы:

1. Европейские державы (например: Франция, Швейцария, Германия и т.д.), ввиду наличия стабильной и мощной экономики, ориентированы на более платежеспособных туристов. Следовательно, это сказывается на высоких ценах на экскурсии, объекты размещения, продукты питания, услуги транспортных перевозок и т.д. Страны-участники БРИКС же выстраивают ценообразование таким образом, чтобы большее количество туристов смогло посетить данные туристские дестинации. Естественно, это выражается в более низких ценах на объекты размещения, услуги транспортных перевозок, экскурсионные предложения и т.д.;
2. Страны БРИКС рассматривают сферу туризма не только как потенциальный сектор экономики, способный принести высокую доходность и инвестиции, но и в качестве инструмента «мягкой силы», который будет направлен на продвижение интересов государств на мировой арене. Строительство новой транспортной инфраструктуры (аэропорты, железные дороги, автомобильные дороги, объекты размещения и т.д.), увеличение роли сферы туризма в ВВП стран-участников БРИКС, а также смягчение визовых соглашений между государствами влияет на то, что в страны БРИКС многие приезжают не только в туристских целях, но и в поисках нового потенциального места жительства, вложения инвестиций, создания бизнеса, что сказывается как на экономической составляющей (увеличение ВВП и темпов роста экономики), так и политической, социальной составляющих жизни общества (увеличение количества жителей, развитие социальной инфраструктуры, повышение качества жизни и т.д.), что в свою очередь

позволяет говорить о том, что туризм в странах-участниках БРИКС имеет мультипликативный эффект;

3. Страны БРИКС характеризуются наличием растущих экономик, что сказывается на смещении мирового экономического влияния. Если ранее наибольшее экономическое воздействие на другие государства оказывали страны Европы вместе с США, то парадигма сейчас изменилась – уже на лидирующих позициях находятся Россия, Китай и Индия, благодаря мощной и взаимовыгодной кооперации. Следовательно, подобное смещение лидеров сказывается и на мышлении туристов, так как им становится интересно узнать, почему страны БРИКС на данный момент являются одними из мировых лидеров в области экономического, политического и социального влияния. Безусловно, это оказывает влияние и на сферу туризма. Поездка в Шанхай, Москву, Мумбаи сегодня уже воспринимается в качестве поездки в крупные города Западных стран (например: Париж, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Рим, Лондон и т.д).

Таким образом, стремительный экономический рост, массовые и масштабные инвестиции в строительство инфраструктуры повлияли на спрос туристов на путешествия в страны БРИКС. Соответственно, можно предположить, что в современной мировой туристской конъюнктуре страны-участники БРИКС следует рассматривать в качестве антипода устоявшимся туристским дестинациям благодаря наличию разнообразных туристских ресурсов, созданию уникальных программ обслуживания туристов. Также можно отметить, что сейчас страны БРИКС готовы предоставить такой же уровень комфортного отдыха, как и страны Европы, но по более справедливой и низкой цене.

Ниже представлен детальный сравнительный анализ по ключевым сегментам туристского рынка в виде таблицы [9,10] [таблица 1].

Таблица 1 – Сравнительный анализ по ключевым сегментам туристского рынка стран БРИКС и Европы

Туристический запрос	Предложение от Европы	Альтернатива от БРИКС
Пляжный отдых	Испания (Коста – Брава, Ибица), Греция (острова), Италия (Амальфитанское побережье)	Бразилия (пляжи Рио – де – Жанейро, Фернанду – ди – Норонья), Египет (побережье Красного моря), ЮАР (Кейптаун, Дурбан), Индия (Гоа)
Исторические города и архитектура	Франция (Париж), Италия (Рим, Венеция), Чехия (Прага)	Россия (Москва, Санкт-Петербург, Золотое кольцо), Китай (Пекин, Сиань), Индия (Дели, Агра)
Горнолыжный отдых	Австрия, Швейцария, Франция (Альпы), Италия	Россия (Красная Поляна, Шерегеш, Алтай), Китай (Ябули, Чжанцзякоу)
Экотуризм и ландшафт	Норвегия (фьорды), Исландия (гейзеры), Швейцария (Альпы)	ЮАР (национальные парки Крюгер, Калахари), Индия (Гималаи), Россия (Карелия, Байкал, Камчатка, Алтай)
Гастрономический туризм	Италия (паста, пицца), Франция (вино, сыр, устрицы), Испания (тапас)	Китай (утка по пекински, Гобаожоу, Хотен) и Индия (карри, специи, уличная еда), Бразилия (чураско, фейжоада), ЮАР (вино и мясо)
Духовность и ретриты	Испания (Камино – де -Сантьяго), Италия (монастыри), Греция (Афины)	Индия (Ришикеш, ашрамы), Китай (буддистские монастыри), Россия (монастыри на Валааме, Соловках)
Шоппинг	Лондон, Милан, Париж, Берлин	Китай (Шанхай, Пекин, Гуанчжоу), Россия (Москва), Индия (Мумбаи, Дели), ОАЭ (Дубай)
Сафари и наблюдения за животными	(не развито)	ЮАР («Большая пятёрка» в национальных парках), Индия (тигры в Рантхамборе), Бразилия (Амазония: ягуары, розовые дельфины)
Событийный туризм и фестивали	Германия (Октоберфест), Испания (Томатина), Италия (Венецианский карнавал)	Бразилия (Карнавал в Рио-де-Жанейро), Индия (Холи – фестиваль красок), Китай (Китайский Новый Год)

Главное отличие заключается не в отсутствии возможностей, а в их масштабе и отсутствии перенасыщенности. Путешественник получает те же зоны отдыха – море, горы, культуру, еду – но без очередей к достопримечательностям, с ощущением первооткрывателя и по более приятной цене. БРИКС перестал быть альтернативой для бедных или искателей приключений, стал полноценной альтернативой тех, кто ищет качество без толпы (рисунок 1).

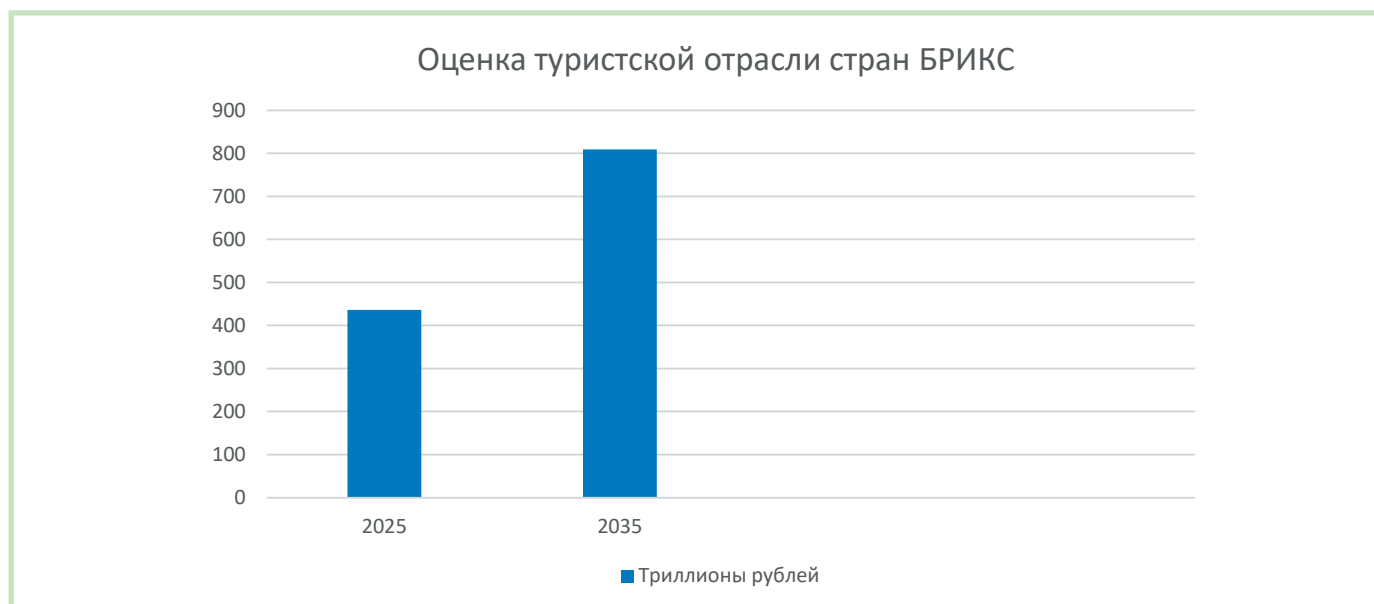


Рисунок 1 – Перспективы роста туристской отрасли в странах БРИКС

Основываясь на новостных сводках и статистических данных, можно сформулировать тезис о том, что страны БРИКС обладают огромным потенциалом для того, чтобы составить здоровую конкуренцию Европейским туристским дестинациям [10]. Обосновать это можно тем, что количество человек в странах БРИКС составляет около половины мирового населения, соответственно, данная аудитория может составить основу для будущего международного и въездного туризма. Также стоит отметить, что в данных странах активно увеличивается доля образованного населения, и данные люди могут оказать влияние на развитие культурно-познавательного, гастрономического, событийного и других видов туризма. Следует упомянуть и о том, что в данных странах активно развивается высшее и среднее профессиональное образование, связанное с туристской отраслью, что позволит решить проблему с дефицитом квалифицированных кадров.

Следовательно, можно продолжить развивать мысль о том, что страны БРИКС уже активно составляют конкуренцию Европейским туристским дестинациям на мировом туристском рынке. Объясняется это тем, что туризм в странах-участниках БРИКС не страдает от овертуризма, что побуждает Россию, Китай, Индию и другие страны-участники развивать туристскую инфраструктуру, создавать бренды для туристских территорий, формировать новые и уникальные туристские продукты для диверсификации существующих предложений на рынке туристских услуг. При этом сегмент данных предложений довольно разнообразен: культурно-познавательный туризм, событийный туризм, гастрономический туризм, экологический туризм и т.д.

Исходя из всего вышесказанного, важно составить перечень факторов, повлиявших на рост стран БРИКС в рамках мировой туристской конъюнктуры:

1. Страны-участники БРИКС обладают как большими площадями территорий, которые могут быть использованы для создания, внедрения и продвижения инновационных и разнообразных туристских продуктов, так и количеством платежеспособного населения, которое может повлиять на развитие международного и въездного туризма;
2. В отличие от Европейских держав, в странах БРИКС не наблюдается наличие овертуризма, что позволяет стимулировать развитие существующих туристских территорий, внедрение новых туристских предложений и привлечение капитала, инвестиций для полноценного развития туристской отрасли в данных государствах;
3. Активное экономическое и политическое взаимодействие между участниками объединения позволяет формировать и реализовывать совместные проекты, направленные на развитие сферы туризма (создание маршрутов, строительство туристской инфраструктуры, внедрение адаптационных механизмов (China-Friendly, например), что позволяет обмениваться въездными туристскими потоками;

Вывод

Таким образом, страны БРИКС выступают достойным антиподом для Европейских туристских дестинаций. Обуславливается это наличием крупных территорий и большим платежеспособным населением. Рост расходов на строительство туристской инфраструктуры и создание новых туристских продуктов оказывает воздействие на привлечение въездных туристов, что сказывается на росте туристского потока в страны. Участники БРИКС не испытывают наличие овертуризма, в отличие от стран Европы, что предоставляет возможность для создания новых туристских продуктов и проектов в сфере туризма для диверсификации существующего туристского предложения с целью развития туристских территорий и привлечения новых туристов, что скажется на эволюционировании международного туризма. Следует предположить, что в течение следующих 3–5 лет сфера туризма в странах-участниках БРИКС будет подвержена дальнейшему совершенствованию, что позволит России, Индии, Бразилии, Китаю, ЮАР и другим участникам объединения сравняться с Европейскими туристскими дестинациями как по объёму туристского потока, так и по уровню оказываемых услуг, а, возможно, даже превзойти Европейское направление.

Список источников

1. Булдаков, В. О. Роль сферы туризма в формировании внутреннего валового продукта Российской Федерации / В. О. Булдаков, Е. В. Юдина // Сервис в России и за рубежом. – 2026. – Т. 20, № 1(121). – С. 29–40. – DOI 10.22412/1995–042X-2026–20–1–29–40. – EDN JRSVIO.
2. Варинова, А. С. Сущность и понятие БРИКС / А. С. Варинова, А. И. Павлова // Актуальные проблемы международных отношений в условиях формирования мультиполярного мира: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции, Курск, 17 декабря 2015 года / под редакцией: Бычковой Л. В., Кузьминой В. М.. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2015. – С. 30–33. – EDN VBBENF.
3. Довыденко, В. А. Страны БРИКС на мировой арене: анализ и перспективы развития / В. А. Довыденко // Онтологические и социокультурные основания альтернативного проекта глобализации: Сборник материалов I международной научной онлайн-конференции, Екатеринбург, 24–25 сентября 2021 года. – Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2021. – С. 88–92. – EDN SDTMDL.

4. Кондрашин, И. И. Развитие студенческого туризма в странах БРИКС / И. И. Кондрашин // Молодой учёный: сборник статей XXIII Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 30 января 2026 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2026. – С. 76–78. – EDN OPOESX.
5. Перспективы развития туризма на фоне укрепления международного сотрудничества и взаимодействия экономик стран БРИКС / Л. Р. Муаедович, Д. В. Глухов, Е. В. Пронина [и др.] // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 6, № 12(153). – С. 66–74. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.12.06.009. – EDN XSQUAQ.
6. Прокофьева, Е. Н. Анализ развития туристической отрасли в странах БРИКС / Е. Н. Прокофьева, Л. В. Восканян // Экономика: теория и практика. – 2023. – № 2(70). – С. 57–65. – DOI 10.31429/2224042X_2023_70_57. – EDN RNWXCM.
7. «В Испании, Португалии и Италии протестуют против массового туризма». Информационный источник: «АК&М». 16.06.2025. URL: https://www.akm.ru/news/v_ishanii_portugalii_i_italii_protestyuyut_protiv_massovogo_turizma/ (дата обращения: 10.03.2026.)
8. «Избыточный туризм». Информационный источник: «РуВики». URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Избыточный_туризм (дата обращения: 10.03.2026.)
9. «Куда поехать на отдых в Европе: планируем незабываемое путешествие в 2026 году». Информационный источник: «журнал Viasun». 13.01.2026. URL: <https://viasun.ru/blog/europe> (дата обращения: 12.03.2026.)
10. «Туризм и БРИКС: почему страны «десятки» становятся популярными направлениями для отдыха и путешествий?». Информационный источник: «TV BRICS». 25.11.2025. URL: <https://tvbrics.com/bricslife/turizm-i-briks-pochemu-strany-desyatki-stanovyatsya-populyarnymi-napravleniyami-dlya-otdykha-i-putesh> (дата обращения: 12.03.2026.)
11. «Что известно о БРИКС и этапах расширения этого объединения». Информационный источник: «ТАСС». 06.07.2025. URL: <https://tass.ru/info/18558683> (дата обращения: 10.03.2026.)