

Любите Родину. Любите народ русский. Любите все народы на всех необъятностях нашей Родины. Пусть эта любовь научит полюбить и все человечество.

Николай Рерих

**ГЕОГРАФИЯ И
ЭКОЛОГИЯ**

3 Севастьянов Д.В.

Природный и этно-культурный потенциал Русского Севера как основа развития краеведения и туризма

10 Алексеев Юрий

География туристической индустрии и роль туризма в мировой экономике

18 Комиссарова Т.С.

След в географии (научное наследие В.С. Жекулина)

32 Воронина М.А.

Автопутешествие «Приморье – Крым – Кавказ»: географические зарисовки

Географическое наследие

Географы путешествуют

**ТЕОРИЯ
И МЕТОДИКА
ОБУЧЕНИЯ
И ВОСПИТАНИЯ**

37 Смирнова М.С.

Об отношении школьников к предмету «География»

40 Козлова О.Е.

Как подготовить отличный проект на городской конкурс

45 Телепенко Ю.А., Ымыдыкова Г.Н.

Урок мини-фестиваль: «Источники звука. Звуковые колебания и волны» (интегрированный урок по физике, географии, МХК)

56 Острикова Н.И.

Образовательный потенциал геопоэтического образа территории и методика его формирования

71 Макарецва Л.В., Хабибуллин Р.Х.
«География Саратовской области»: реализация
концепции развития общего и среднего
географического образования

**ИНФОРМИРУЕМ
ЧИТАТЕЛЕЙ**

Приглашаем принять участие
**79 Всероссийский конкурс «Разноцветные
капли»**

Уважаемые подписчики!

**1 сентября начинается подписка на I-е полугодие 2020 года на журнал
«География и экология в школе XXI века»**

Оформить подписку Вы можете:

- 1. В агентстве «Роспечать». Единый индекс 82425.**
- 2. Подписка через группу компаний «Урал-Пресс».**
 - Найдите представительство в своем регионе: <http://ural-press.ru/contact>
 - Отправьте заявку на подписку по факсу или электронной почте в ваше региональное подразделение «Урал-Пресс», указав название «География и экология в школе XXI века».
 - Вам будет назначен персональный менеджер, который оформит документы и ответит на все вопросы.
 - Все документы и выписанные издания курьер доставит вам в офис.

Издатель: 000 «География и экология
в школе XXI века»

Юридический адрес: 119313, Москва,
Ленинский проспект, д. 95

Почтовый адрес: 119421, Москва,
ул. Новаторов, д. 6., кв. 457

Телефон: 8-964-571-36-75

E-mail: geoeco21@rambler.ru

Сайт: <http://pish.ru/blog/archives/5963>
Формат 70x100/16

Тираж 1100 экз. Заказ
Журнал зарегистрирован Министерством по
делам печати, телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций РФ
20 мая 2003 года
Свидетельство ПИ №77–15482

Отпечатано в АО «ИПК «Чувашия»
428019, г. Чебоксары, пр. И. Яковлева, 13
Тел. 8 (8352) 64-24-01
www.ipk21.ru

© «География и экология
в школе XXI века»
2019, № 7

Главный редактор **И.И. Барина**, доктор педагогических наук, профессор

Редакционный совет:

Ю.Н. Гладкий, чл.-корр. РАО, зав. кафедрой экономической и социальной
географии РГПУ им. А.И. Герцена

В.П. Дронов, академик РАО, профессор, доктор географических наук

А.О. Жемеров, профессор кафедры физической географии и картографии
ХНУ им. В.Н. Каразина (Украина)

Н.С. Касимов, академик РАН, профессор, президент геофака МГУ

им. М.В. Ломоносова, председатель УМО по экологическому образованию

В.М. Котляков, академик РАН, Почетный президент РГО

А.С. Наумов, зав. кафедрой социально-экономической географии

зарубежных стран геофака МГУ им. М.В. Ломоносова

В.А. Снытко, чл.-корр. РАН, главный научный сотрудник Института истории
естествознания и техники им. С.И. Вавилова

И.Н. Шарухо, декан факультета естествознания Могилевского
государственного университета им. А.А. Кулешова (Республика Беларусь)

Редакционная коллегия:

Д.В. Богачев, Н.Ф. Винокурова, В.А. Горбанев, А.В. Елисеев,

Г.С. Камерилова, Т.С. Комиссарова, А.А. Лобжанидзе, А.В. Лысенко,

Л.Ю. Мажар, К.Н. Мамирова, А.В. Матвеев, Г.Н. Паневина,

Л.М. Синцерев, В.И. Сиротин, М.С. Соловьев, В.Г. Суслов,

В.Д. Сухоруков, Р.Х. Хабибуллин, Л.В. Ялышева

Издание охраняется Законом Российской Федерации об авторском праве.

Запрещается воспроизведение всего журнала или любой его статьи без письменного разрешения издателя.

Любая попытка нарушения закона будет преследоваться в судебном порядке.



Юрий Алексеев, ученик 11А класса (социально-экономический профиль), Лицей Финансового университета, Москва. Научный руководитель: **В.М. Манусов**, к.э.н., профессор РАЕН
E-mail: wik2011r@rambler.ru

География туристической индустрии и роль туризма в мировой экономике

Этапы формирования туристической индустрии

Большинство современных исследователей туризма выделяют четыре основные стадии (этапы) его развития, хотя их сроки могут немного не совпадать.

Так, английские ученые Ю. Ликориш и К. Дженкинс первую из четырех стадий связывают с длительным периодом, который охватывает древнейшие времена вплоть до XVIII в., а украинские исследователи – Беликов, Л. Устименко и И. Афанасьев продолжают его почти до середины XIX в., а точнее – до 1841 г. На наш взгляд, его верхняя граница совпадает с периодом развертывания Первой промышленной революции, которая повлекла ощутимые изменения в общественной жизни человечества – появление паровой машины и ее практического применения.

Первая – от древнейших времен до конца XVIII – начала XIX вв. Это стадия начала развития мирового туризма.

Вторая – с начала XIX в. до конца Первой мировой войны – период становления организованного туризма.

Третья – с 1918 г. до конца Второй мировой войны – этап индустриализации туризма.

Четвертая – с 1945 г. до наших дней – этап развития массового туризма и процесс глобализации.

Территориально-отраслевой состав туристической индустрии

Главные цели туризма: развлекательные, рекреационные и познавательные. Вторыми по значимости являются цели лечебные и оздоровительные, далее следуют профессионально-деловые, гостевые и пр.

По перемещению относительно пределов одной страны выделяют *международный туризм и внутренний туризм*.

Иностранный туризм – путешествие в другую страну, не связанные с оплачиваемой деятельностью внутри страны пребывания.

Международный туризм подразделяется на две категории – въездной (въезд на территорию страны туристов, не являющихся ее гражданами) и выездной (выезд граждан данной страны за рубеж с туристическими целями).

Внутренний туризм – путешествия внутри одного государства, не связанные с оплачиваемой деятельностью в месте пребывания.

В зависимости от интенсивности туристских потоков выделяют постоянный и сезонный туризм.

По способу организации различают: индивидуальный, групповой, организованный и дикий (или неорганизованный, самостоятельный) туризм.

По цели путешествия туризм классифицируется на множество видов, список которых постоянно обновляется. Самыми популярными на сегодняшний день являются следующие виды туризма: пешеходный, экологический, велосипедный, спортивный, водный, рекреационный, свадебный, паломнический, научный, гастрономический, этнический, горный, лыжный, морской, конный, инвалидный, музейный, оздоровительный, деловой, познавательный, приключенческий, молодежный, круизный, аграрный, спелеотуризм, культурный, образовательный и др.

После рассмотрения классификации туризма хотелось бы представить вам основные виды туризма.

Культурно-познавательный туризм. В его основе лежит потребность туриста в расширении его культурного кругозора. Этот вид туризма знакомит с культурными ценностями. При этом турист получает знания без принуждения, по собственному выбору. Примером культурно-познавательного туризма может служить посещение *Афинского Акрополя в Греции*.

Спортивный туризм. Различают два вида спортивного туризма: актив-

ный и пассивный. При активной основе является потребность в занятии каким-либо видом спорта. При пассивном – это интерес к виду спорта, наблюдение. Примером спортивного туризма может служить посещение музея футбольного клуба “Барселона”.

Челночный туризм. Это путешествие в другой регион или страну с целью покупки определенных товаров и их перепродажи в другом месте за более высокую цену. Такое явление получило значительное развитие, в период перестройки и после распада СССР, так как в *России* это определялось гигантским торговым дефицитом на потребительском рынке. Отсюда можно сделать вывод о том, что

данное направление способствовало стабилизации на рынке товаров народного потребления и расширило занятость на

рынке труда.

Приключенческий туризм.

Приключенческий туризм можно условно разделить на две части: приключенческий спорт и приключенческого спорта может служить рафтинг по *реке Катунь*, а примером приключенческого путешествия являются комбинированные туры по *Италии*.

Деловой туризм. Это поездки с целью установления или поддержания контактов с деловыми партнерами. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными целями без получения доходов по месту командирования. В отличие от поездок на отдых решение о командировке, как правило, принимают не сами туристы, а другие лица (начальник). Примером

Главные цели туризма: развлекательные, рекреационные и познавательные. Вторыми по значимости являются цели лечебные и оздоровительные, далее следуют профессионально-деловые, гостевые и пр.

делового туризма является командировка в *Казахстан*.

Конгрессно-выставочный туризм. Это туристические поездки с целью участия в различных мероприятиях (съездах, конгрессах). Интенсивное развитие данного вида туризма привело к созданию ряда организаций, полностью специализирующихся на международных мероприятиях («Международный союз организаторов конгрессов»). Проведение такого рода мероприятий требует особой подготовки. Поскольку обслуживание включает в себя как предоставление непосредственно туристических услуг (проживание, питание, экскурсии, трансферы), так и специфических. Необходимо предоставление большого объема услуг, выходящих за рамки традиционных: регистрация участников конгресса, переводческие услуги, техническое обеспечение, выпуск большого объема печатной продукции (буклеты, каталоги и т.д.). Примером конгрессно-выставочного туризма является посещение конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» в *Санкт-Петербурге*.

Инcentив-туризм. Представляет собой поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе. Конечно, стимулировать производительный труд можно и с помощью денежной премии. Но, как показывает практика, туристическая поездка несет в себе гораздо более сильный побудительный мотив к лучшей работе. Такая форма поощрения труда особенно хорошо

зарекомендовала себя в страховых и банковских компаниях, на торговых предприятиях. Результаты опроса, проведенного среди коммерческих фирм *Великобритании*, показали, что более 90% их числа признают высокую эффективность инcentива и намерены использовать его и в дальнейшем.

В отличие от массовых туров инcentив-программы разрабатываются под конкретного корпоративного заказчика и, как правило, предполагают высококлассное размещение и обслуживание на маршруте. И хотя в общем туристическом потоке «премированные» туристы составляют всего 5–7%, доля инcentива в доходах стран от ту-

ризма значительно больше. Это объясняется высокой стоимостью инcentив – программ по сравнению с обычными турами. Примером инcentив-туризма является поощрительная поездка лучшего сотрудника на *Гавайские острова* за счет фирмы, на которую он работает.

ризма значительно больше. Это объясняется высокой стоимостью инcentив – программ по сравнению с обычными турами. Примером инcentив-туризма является поощрительная поездка лучшего сотрудника на *Гавайские острова* за счет фирмы, на которую он работает.

Игорный туризм. Ограничение игорного бизнеса и его локализация в определенных зонах привела к формированию туристических потоков в регионы, где был разрешен данный вид деятельности. Джанкет – туры способствуют развитию туризма, и игорного бизнеса в целом, поэтому предложение интересного тура с целью хорошего отдыха и получения адреналина, на сегодняшний день, является практически необходимостью для определенного сегмента потребителей.

При этом сам игорный бизнес формирует вокруг себя туристический

кластер с развитой инфраструктурой. Доходность от игорного бизнеса столь высока, что зоны его формирования получили ускоренное развитие. Так, неблагоприятная природная среда *штата Невада* и соответственно неосвоенность территории получили мощный импульс в развитии, когда данная территория получила статус игорной зоны. Доходы от игорного туризма в *Неваде* только за март 2018 г. составили 1,03 млрд. долл.

Основными центрами игорного туризма являются: *Лас-Вегас, Атлантик Сити в США, в Европе: Монте-Карло, Баден-Баден, Лиссабон и София, в Азии: Макао, Сингапур, Таиланд, в Африке – ЮАР и в Австралии – Мельбурн.*

Лечебный (медицинский) туризм.

В его основе лежит потребность в лечении различных заболеваний. Лечебный туризм имеет несколько разновидностей, характеризующихся различными средствами воздействия на человеческий организм (климатолечение, морелечение и т.п.). Зачастую при лечении могут использоваться одновременно несколько видов воздействия. Примером лечебного туризма является поездка в *Нальчик* на минеральные воды.

Экологический туризм. Термин «экотуризм» употребляется в индустрии туризма уже более 10 лет. Под ним понимаются путешествия, предпринимаемые в нетронутые человеческой цивилизацией, экологически чистые уголки природы. Данное направление способствует поддержанию экологического равновесия в природе, так как сама нетронутая природа является ис-

точником дохода. Примером экологического туризма является поездка *в Армению, в Джермук.*

Религиозный туризм. Этот туризм является составной частью современной индустрии туризма. Соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры – это туристские объекты, которые пользуются все возрастающим спросом. Примером религиозного туризма является поездка *в Псково-Печерского монастыря в городе Печоры.*

Паломничество. Это посещение религиозных святынь с целью молитвенного общения. В *Древней Руси* это называлось богомольем. По религиозным канонам паломническая поездка должна продолжаться не менее

10 дней и чаще всего приходится на религиозные праздники. Примером паломничества является поездка *в Дивеево к мощам Серафима Саровского.*

Пляжный туризм (стационарный). Это групповые или индивидуальные поездки без активного передвижения по маршруту с пребыванием в одном или двух местах назначения обычно с оздоровительными целями и целью отдыха. Примером пляжного туризма является поездка *в Крым на Массандровский пляж в Ялте.*

География мировых туристических центров

Отдельно хотелось бы выделить *центры спортивного туризма* по видам спорта, так как именно самый популярный спорт формирует интерес туристов в определенной стране.

Например, одним из центров футбольного туризма является *Испания*, так как их лига является самой сильной по рейтингу УЕФА, а сборная занимает 4 позицию в топе стран. Кроме того, два легендарных клуба: *Барселона* и *Мадридский Реал* привлекают множество туристов на свои стадионы, где также производится продажа сувениров и футбольной продукции. Так, «Камп Ноу» принёс доход *ФК Барселона* в размере 102 млн. евро, не считая проданных билетов на матчи, которые так охотно посещают туристы. За 2016 год музей посетило 1,9 млн. человек при стоимости билетов от 20 евро.

Не менее популярен футбол и на своей Родине – Англии. Английская Премьер лига привлекает множество футбольных фанатов на свои стадионы, развивая тем самым вокруг себя другие туристические отрасли, вроде отелей для размещения посетителей. Именно футбол привлекает немалые средства в казну государства *Великобритании*.

Топ-10 стран по доходам от туризма:

1. США

На первом месте – *Соединенные Штаты Америки*, они зарабатывают на туристах порядка 200 млрд. долл. ежегодно. Там каждый год 35 млн. туристов гуляет по *Тайм-сквер*, около 31 млн. тратят свои кровные в *Лас-Вегасе*, 24 млн. посещают *мемориал Дж. Вашингтона*. Кроме того, *США* являются второй страной в рейтинге самых посещаемых стран мира.

2. Китай

На втором месте стоит *Китай*. Страна получает с туристов более 110 млрд. долл. ежегодно. Туристический потенциал страны еще не реализован до конца. Учитывая средний уровень цен в *Китае*, такой доход довольно впечатляющий. Если еще 30 лет назад страну посещало всего 250 тыс. туристов, то сейчас эта цифра превышает 50 млн. человек.

3. Испания

На третьем месте стоит *Испания*. Страна получает с туристов более 61 млрд. долл. каждый год. В *Испании* туризм дает 12% ВВП и является самой прибыльной отраслью экономики.

4. Франция

Четвертое место занимает *Франция*, ее доход с туризма составляет 56 млрд. долл. *Франция* к тому же самая посещаемая туристами страна, каждый год там бывает 79 млн. человек.

5. Великобритания

Британия получает от туристов 46 млрд. долл. и это пятое место. Только *Лондон* принимает каждый год 15 млн. туристов – это второе место в мире из самых посещаемых городов планеты. А всего остров посещают 30 млн. чел. ежегодно.

6. Италия

Италия занимает шестое место среди стран больше всего зарабатывающих на туризме. Туристы приносят этой стране 42 млрд. долл. В *Италии* расположены 44 достопримечательности из списка Всемирного наследия – самое большое в мире.

7. Таиланд

Таиланд занимает седьмое место в данном рейтинге с доходом около

Большинство стран, ВВП которых в наибольшей степени зависит от туристической отрасли, бедны или обладают сравнительно небольшим населением, а, следовательно, и экономикой.

40 млрд. долл. Доходы от туризма составляет значительную часть ВВП страны около 10%.

8. Германия

Германия занимает восьмое место в рейтинге доходов стран от туризма. Ее показатель 37 млрд долл. в год. Страну посещают каждый год более 25 млн. чел., это девятое по численности туристическое направление в мире.

9. Гонконг

Небольшая территория на юге Китая занимает 9-е место в нашем топе. Благодаря правильной туристической политике правительство Гонконга стимулировало большой прирост туристов в их страну, что приносит им ежегодно около 36 млрд. долл. США.

10. Турция

Любимая туристическая страна многих россиян, Турция занимает только девятое место. Ее доход от туризма составляет 30 млрд долл. По количеству посещений Турция стоит на восьмом месте в мире.

Теперь, после рассмотрения дохода стран от туризма можно проанализировать зависимость стран от туризма.

Топ 10 стран зависящих от туризма (с высокой долей доходов в ВВП от туризма):

1. Мальдивы (39,6%)
2. Британские Виргинские острова (35,4%)
3. Макао (29,3%)
4. Аруба (28,1%)
5. Сейшельские острова (26,4%)
6. Кюрасао (23,4%)
7. Ангилья (21,1%)
8. Багамские острова (19%)

9. Вануату (18,2%)

10. Кабо-Верде (17,8%)

Большинство стран, ВВП которых в наибольшей степени зависит от туристической отрасли, бедны или обладают сравнительно небольшим населением, а, следовательно, и экономикой. В Гонконге и Исландии, например, доля туризма в ВВП очень велика, но обе эти страны невелики по населению и объему ВВП. Гонконг, город-государство, стал основным направлением для жителей Китая благодаря общей истории и близостью к Китаю. Исландия – одна из самых малонаселенных стран мира (332529 жителей). Она очень зависит от туризма, потому что за год в Исландию приезжает туристов больше, чем тех, кто в ней живет.

В другие страны, сильно зависящие от иностранных туристов, ежегодно приезжает умеренное количество иностранных

туристов, но и ВВП этих стран крайне мал.

Топ 10 стран с низкой долей ВВП от туризма:

1. Конго (0,66%)
2. Папуа-Новая Гвинея (0,66%)
3. Узбекистан (0,93%)
4. Молдавия (0,96%)
5. Габон (1,02%)
6. Суринам (1,19%)
7. Россия (1,24%)
8. Ангола (1,24%)
9. Чад (1,28%)
10. Киргизия (1,44%)

Еще один интересный тренд состоит в том, что шесть стран, обладающих крупнейшими туристическими отраслями, являются также и шестью крупнейшими экономиками мира, со-

Большинство стран, ВВП которых в наибольшей степени зависит от туристической отрасли, бедны или обладают сравнительно небольшим населением, а, следовательно, и экономикой.

гласно последним данным это: *США, Китай, Германия, Япония, Великобритания и Франция*. ВВП этих стран зависит от туризма лишь в незначительной мере.

Туризм – это важный источник поступлений в казну любого государства. Во многих странах на долю туризма приходится от пятой части до половины валового национального продукта. В сфере туризма занято 60% всей рабочей силы в мире.

Туризм расширяет вклады в платёжный баланс страны, развивает сферы мирового хозяйства, сопутствующие туризму: производство товаров народного потребления, торговлю, строительство, транспорт, страхование и другие. С каждым годом растёт количество отраслей, вовлечённых в туристическую индустрию.

Туризм помогает трудоустроить множество людей, так как индустрия туризма имеет очень разветвлённую сеть. В этой отрасли труд в основном не механизирован, и не может быть механизирован, что позволяет привлекать трудовые ресурсы, направляя их на обслуживание туристов.

Туризм положительно влияет на экономику регионов и страны в целом. Это связано с тем, что расходы туристов из других регионов и стран представляют собой вклады в экономику принимающей их территории. Так, например, туристы из *Франции*, получив свои доходы на родине, путешествуют по *России* и расходуют часть этих доходов здесь, тем самым, внося определённый вклад в экономику нашей страны. Иначе говоря, расходы

туристов-иностранцев в стране представляют собой для *России* туристский импорт.

Туризм как торговлю услугами на мировом рынке называют «невидимым импортом», вносящим соответствующий вклад в платёжный баланс страны. Положительным явлением считается тот факт, когда сумма ввоза туристами валюты в страну превышает сумму её вывоза.

Прямое влияние туризма на экономику страны или региона – это результат использования части доходов туристов на покупку ими услуг и товаров. Прямое влияние оказывает вклад денег туристами в само функционирование туристских предприятий, что

создаёт базу материального обеспечения служащих турфирм и позволяет открывать новые рабочие места.

Кроме прямого влияния доходов от туризма на развитие региона существует также косвенное его влияние, или «*эффект мультипликатора*», который действует по мере расширения туризма в регионе. Действие такого мультипликатора можно пояснить следующим примером: группа иностранных туристов, путешествуя по *Дону*, тратит на покупку товаров и услуг определённую сумму. Доход тур предприятий – это их выручка от продажи туристам в регионе услуг и товаров. Доход региона – это налоги, полученные с этой выручки и остающиеся в распоряжении региона.

Деньги туристов начинают работать на экономику региона, когда турфирма покупает производимые в ре-

Туризм – это важный источник поступлений в казну любого государства. Во многих странах на долю туризма приходится от пятой части до половины валового национального продукта. В сфере туризма занято 60% всей рабочей силы в мире.

гионе товары и услуги. Регион, получив деньги от туристов, выплачивает из них заработную плату своим работникам, которые в свою очередь, тратят их на покупку товаров, оплату услуг. Сочетание прямого и косвенного влияния расходов туристов определяет их воздействие на местную экономику. Обычно не весь доход, полученный от расходов туристов, бывает использован: некоторая часть его откладывается, а другая тратится за пределами данного региона. Чем больше доходов от туризма реализуется в пределах региона, тем больше эффект мультипликатора. Способность удерживать такие доходы в пределах региона зависит от состояния местной экономики.

Если она способна производить товары и услуги, которые пользуются спросом у туристов, то эффект мультипликатора потребует создание в нашей стране дополнительно 1,6 млн. рабочих мест. Ожидаемый вклад отрасли в российский бюджет – 36,9 млрд. долл. Позитивно влияя на народное хозяйство в целом, развитый рынок туристских услуг может способствовать значительному улучшению экономики крупных городов и удалённых регионов *России*, тем самым, став ощутимой статьёй создания валового национального продукта.

В заключение хочется отметить, что туризм в наше время набирает все большую популярность. Он является неотъемлемой частью мировой экономики и играет важную роль во многих государствах мира. Некоторые го-

сударства ввиду своих размеров имеют возможность развиваться только благодаря туризму.

Ключевые слова: *стадии развития туризма, виды туризма, влияние туризма на экономику страны, география мировых туристических центров.*

Keywords: *stages of tourism development, types of tourism, the impact of tourism on the country's economy, geography of world tourist centers.*

Литература

1. *Артёмова Е.Н., Козлова В.А.* Основные виды туризма. http://tourlib.net/books_tourism/artemova7.htm
2. *Зырянов А.И.* География туризма: от теории к практике.– Пермь: Изд. Центр ПГНИУ, 2018 – 382 с.
3. *Зырянов А.И.* География и туризм: различия и общность интересов. // Ж. Современные проблемы сервиса и туризма № 1, 2014.
4. *Макаренко С.Н., Саак А.Э.* История туризма. – Таганрог: Из-во ТРТУ, 2003.– 94 с.
5. *Усыскин Г.* Очерки истории российского туризма. – СПб.: Герда, 2000. – 224 с.
6. Турстат. Самые туристические регионы России за 2017 год. <http://turstat.com/travelrussia2017>
7. Президиум и секретариат ТССР. Спортивный туризм в России(справка). <http://www.tssr.ru/main/structura/history/592/>
8. Вестник АТОР. Сколько болельщиков приехало на Чемпионат мира по футболу в Россию: итоговые данные. <https://жить-в-россии.рф/skolko-bolelshnikov-priehalona-chempionat-mira-po-futbolu-v-rossiyu-itogovyye-dannyye>