



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа бакалавриата  
по направлению подготовки 040100 «Социология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Влияние политических факторов на международные  
туристические потоки**

Выполнила:

Шестакова Анна Владимировна

Научный руководитель:

Кандидат политических наук

Доцент кафедры социологии

политических и социальных процессов,

Кутейников Александр Евгеньевич

Санкт-Петербург

2017

## **Оглавление**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## Введение

**Актуальность темы** работы обусловлена значимостью социальных функций туризма в современном мире. Первоначально туризм выступал в качестве разновидности отдыха, обеспечивая достойные условия жизни и способствуя восстановлению жизненных сил человека. Как досуговая деятельность он существует уже много столетий. В далекие времена простое человеческое любопытство влекло людей в путешествия без какой-либо определенной цели, сегодня же люди стали отправляться в путешествия с определенными целями: рекреационными, религиозными, лечебными, образовательными и др. Значение направленности международных туристических потоков с каждым годом растет. В настоящее же время туризм представляют собой сложный комплекс социальных действий, институтов, устойчивых форм поведения людей и т. д., связанный со всеми сферами человеческой жизнедеятельности, включая социальную, политическую, культурную, экономическую. Для многих стран мира международный туризм выступает своего рода катализатором социально-экономического развития, средством проведения социальных преобразований.

Изменению туристических потоков способствуют такие факторы, как рост доходов населения, увеличение количества свободного времени, рост открытости регионов и т. д. Благодаря повышению уровня жизни населения и расширению возможностей свободного передвижения по миру появляются миллионы новых путешественников. По данным Всемирной туристской организации количество международных поездок туристов с 2011 года по 2016 год увеличились на 24%, с 995 млн до 1235 млн посещений стран (См. Табл. 1).

Таблица 1. Международные поездки туристов<sup>1</sup>

год	Количество международных поездок (млн)
2011	995
2016	1235

Самое большое число туристов посетило Европу и постсоветские страны (615 млн посещений), при этом мировым лидером по числу туристов оказалась Франция (83 млн посещений). Далее

---

<sup>1</sup> UNWTO World Tourism Barometer // Sustained growth in international tourism despite challenges URL: [http://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2017\\_01.pdf](http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2017_01.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

следует Азиатско-Тихоокеанский регион (309 млн посещений), Америка (200 млн посещений), на последнем месте Африка и Ближний Восток (112 млн посещений) (См. Табл. 2).

Таблица 2. Основные международные туристические потоки, 2016 г.<sup>2</sup>

<b>Регионы мира</b>	<b>Посещения туристами (млн)</b>
Европа и постсоветские страны	615
Азиатско-Тихоокеанский регион	309
Америка	200
Африка и Ближний Восток	112

Превращаясь в уникальную крупномасштабную мировую индустрию, туризм в целом стал играть огромную роль в жизни общества. Теперь туристические ресурсы можно считать важнейшей частью национального богатства многих стран. Кроме этого, по данным Всемирной туристской организации страны-лидеры по прибыли от иностранного туризма в 2015 году: США (204,5 млрд), Китай (114, 1 млрд), Испания (56,5 млрд) и Франция (45,9 млрд) (См. Табл. 3).

Таблица 3. Страны-лидеры по прибыли от иностранного туризма, 2015 г.<sup>3</sup>

<b>страна</b>	<b>Прибыль (млрд долл. США)</b>	<b>рейтинг</b>
США	204,5	1
Китай	114, 1	2
Испания	56,5	3
Франция	45,9	4

В настоящее время международный туризм можно рассматривать как одну из отраслей, обеспечивающих решение важнейшей социально-экономической проблемы повышения качества жизни

<sup>2</sup> UNWTO World Tourism Barometer // International tourist arrivals by (Sub)region URL: [http://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2017\\_01.pdf](http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2017_01.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition // International tourism in 2015 - Key trends and outlook URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2016.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

населения. Но нужно понимать, что развитие и изменение направлений международных туристических потоков зависит от многих факторов, в том числе и от политических. И именно их влияние на данную отрасль будет рассмотрено в работе.

Кроме того, тема актуальна и по причине того, что 2017 год объявлен Генеральной Ассамблеей ООН Международным годом устойчивого туризма в интересах его развития, что напоминает о его огромном потенциале. Международный год призван способствовать изменениям в политике, деловой практике и поведении потребителей, ведущим к повышению устойчивости туристического сектора, который тем самым сможет более эффективно содействовать достижению поставленных целей. Раскрытие данной темы может стать начальным этапом для определения правильного курса в политике для благоприятного развития туризма в настоящее время<sup>4</sup>.

**Степень научной разработанности проблемы.** Проблемой изучения международных туристических потоков и туризма в целом в настоящее время занимается ряд отечественных исследователей. Выделим тех авторов, от результатов деятельности которых отталкивался автор данной выпускной квалификационной работы. В первую очередь, хочется отметить исследования А. П. Дуровича. Он приводит основные положения теории и практики организации туризма<sup>5</sup>, но что самое главное, — подробно описывает факторы, влияющие на развитие туризма, в том числе политические<sup>6</sup>, и делает акцент именно на политике государства в области туризма, которая рассмотрена не только с точки зрения теоретических аспектов, но и сопровождается многочисленными примерами. В результате изучения данной проблемы А. П. Дурович приходит к выводу, что именно государство играет важную роль в системе туризма, тем самым способствуя ее развитию<sup>7</sup>. Также можно назвать такого современного автора, как Е. С. Барчуков. Им рассмотрены особенности научного познания содержания туристической деятельности, особое внимание уделено рассмотрению методологических основ международного сотрудничества в туризме<sup>8</sup>. Подробно описаны принципы и сущность

---

<sup>4</sup> World Tourism Organization UNWTO // 2017 год – Международный год устойчивого туризма в интересах развития URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2017-01-10/2017-god-mezhdunarodnyi-god-ustoichivo-go-turizma-v-interesakh-razvitiya> (дата обращения 03.05.2017)

<sup>5</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С.11-15.

<sup>6</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 26-27.

<sup>7</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С.76-83.

<sup>8</sup> Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов / И.С. Барчуков. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. С. 81.

международного сотрудничества в туризме<sup>9</sup>, а также факторы, воздействующие на него<sup>10</sup>. Исследователь приходит к выводу о том, что для развития международного туризма необходима совместная работа государств, их многосторонняя интеграция. Еще один автор — В. Ю. Вокресенский. Он исследует проблемы и факторы развития международного туризма в целом, касается политических факторов, делая акцент на политической обстановке, а именно на проблемах региональной безопасности в международном туризме<sup>11</sup>. Как результат, он выделяет базовые условия для благоприятного развития международного туризма, в числе которых удовлетворительный уровень политической стабильности. Можно сказать, что вышеперечисленные авторы в полной мере представляют аспекты, в которых можно увидеть роль политики в изменениях международных туристических потоков, на которые необходимо опираться в данной работе. В продолжение их идей в данной работе необходимо изучить это с практической стороны, т. е. увидеть в какой степени оказывается влияние политических факторов на развитие международного туризма.

**Объект исследования** — международные туристические потоки.

**Предмет исследования** — влияние политических факторов на развитие международных туристических потоков.

**Целью работы** является проведение социологического анализа политических факторов, установление особенностей их влияния на международные туристические потоки.

Для достижения цели работы поставлены и решены следующие **научно-исследовательские задачи**:

- 1) Операционализировано понятие «международный туризм» применительно к проблематике социологического исследования;
- 2) Определены политические факторы, оказывающие влияние на международные туристические потоки;
- 3) Выявлены изменения в направлениях потоков международного туризма под влиянием политических факторов;

---

<sup>9</sup> Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов / И.С. Барчуков. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. С.197-201.

<sup>10</sup> Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов / И.С. Барчуков. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. С. 201-202.

<sup>11</sup> Воскресенский В. Ю. Международный туризм: учеб. пособие для студентов вузов. - 2-е изд., перераб. И до. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. С. 348-355.

4) Проведено эмпирико-социологическое исследование влияния политических факторов на международные туристические потоки в Российской Федерации.

**Гипотеза исследования** заключается в следующем утверждении: в современном мире для международных туристов при выборе направления для путешествия важны политические факторы, поэтому существует зависимость между количеством выезжающих за рубеж в том или ином направлении и политической ситуацией в мире, мировых регионах и отдельных странах.

**Теоретические и методологические основания исследования.** В данном исследовании использованы методы, позволяющие собрать информацию, описать и объяснить политические факторы, оказывающие влияние на международные туристические потоки. Использован метод анализа документов (с его помощью изучены, например, некоторые нормативно-правовые акты, связанные с международным туризмом). Собранная первичная социологическая информация изучена при помощи метода контент-анализа. Проведен социологический опрос в форме анкетирования. Теоретическую базу исследования составили труды ученых: социологов и специалистов, занимающихся проблемами организации и развития международного туризма. Для описания и объяснения процессов, происходящих в сфере туризма, проанализирован ряд документов, в частности данные Федеральной службы государственной статистики, Федерального агентства по туризму, а также других органов государственной власти и отраслевых объединений, занимающихся вопросами сферы туризма.

В работе использовано представление о том, что все сферы общественной жизни (социальная, экономическая, политическая, культурная) взаимосвязаны друг с другом. Современное общество представляет собой совокупность взаимно пересекающихся и взаимно дополняющих друг друга сфер жизни общества. По М. Веберу, политика — это область общественных отношений по поводу власти, «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей, которые оно в себе включает». Идея веберовской теории состоит в том, что политика является особым видом человеческой деятельности (так же, как и экономика, которая связана с хозяйственной деятельностью), пронизывающей всю общественную жизнь, что является важным основанием в данной работе<sup>12</sup>. Т. Парсонс рассматривал общество как глобальную систему, совокупность социальных действий всех

---

<sup>12</sup> Политнаука Политология в России и в мире // Макс Вебер Политика как призвание и профессия URL: <http://www.politnauka.org/library/classic/veber-politika.php> (дата обращения 25.03.2017).

людей, элементы которой обладают специфическими функциями и статусами. Общественная система, по его мнению, состоит из четырех подсистем, каждая из которых выполняет определенную функцию: экономика выполняет функцию адаптации к внешней среде; политика приводит к целедостижению; право подразумевает интеграцию; культура способствует «латентному» поддержанию стереотипов и образцов. Согласно этой хорошо известной классической схеме, политика, как и остальные подсистемы, является обособленной частью человеческой жизни, но при этом включена в сложный ансамбль общественных отношений. Т. Парсонс обозначил специфику политической подсистемы через ее главную задачу – благодаря своей опоре на власть, политика обеспечивает организацию людей для эффективного коллективного действия с тем, чтобы достигать общих целей. В соответствии с парсонсовской интерпретацией политической подсистемы общественной жизнедеятельности «место индивида, группы или института в социальной иерархии, с одной стороны, и выполняемые ими функции, с другой, определяют их поведенческие установки, ориентиры и цели деятельности в обществе. Изучение ролей и их изменений позволяет далее раскрыть процесс принятия решений, т.е. понять механизм функционирования власти в обществе», влияния ее на остальные сферы общественной жизни. Впоследствии идеи Т. Парсонса о политике как относительно автономной подсистеме общественной жизни легли в основу системного анализа политической жизни и теории политической системы, принципы которых были разработаны в трудах Д. Истона, создавшего научную традицию рассмотрения политики через «прямые» и «обратные» связи и взаимодействия политической системы с «внешней» социальной средой. Представление об обществе как совокупности подсистем – одна из идеально типических моделей социума. В реальной жизни подсистем в чистом виде не существует, а потому между ними нет и не может быть четкой границы, что ещё раз доказывает их взаимодополнение и влияние друг на друга. Это все доказывает связь политики с иными сферами и областями социальной активности: политика – экономика, политика – право, политика – культура, политика – мораль, политика – религия, политика – администрация и т.д.<sup>13</sup>

В данном случае мы говорим о международном туризме, как об экономической сфере общества, а о политических факторах, как о политической сфере общественной жизни. Политические условия тесно связаны со всеми секторами экономики, а туризм напрямую или косвенно вовлечён в

---

<sup>13</sup> Дягтерев А.А. Основы политической теории: Учеб. пособие / Ин-т "Открытое о-во". - М.: Высш. шк., 1998. : табл. - (Прогр. "Высш. образование"). С. 63-65.



экономику стран. Таким образом, данное исследование даёт возможность проанализировать политические факторы, влияющие на туризм.

Кроме этого, тема рассматривается в контексте «новой парадигмы мобильности» Джона Урри, размышляющего о глобализации. Глобализация мировых процессов непосредственно сказалась на тенденциях развития туристической сферы. Так, расширилась география туристических маршрутов, появились элементы осознанной регионализации, наметилась тенденция к правовому обеспечению, стандартизации и унификации туристического обслуживания. Глобализация породила такие проблемы, которые в своем решении «требуют от народов особой культуры мирового взаимодействия – культуры согласия». В этом аспекте сфера туризма приобретает особый международный статус, что позволяет решить важнейшие проблемы глобализации. Во-первых, туристическая сфера оказывает влияние на положительную, безболезненную динамику глобализации. Сфера туризма обеспечивает формирование планетарного сознания, нацеленного на приоритет общепланетарных, общечеловеческих интересов над национальными. Специфика туристической сферы общественной жизни такова, что ее активность и распространение могут предотвратить столкновение цивилизаций, экологическую и техногенную катастрофу. Во-вторых, сфера туризма отражает переориентацию устремлений государств в условиях глобализирующегося мира эффективно и бесконфликтно реализовать политические интересы. В-третьих, глобализация трансформирует туризм в сферу соблюдения экологического императива, а это значит, что посредством туристических практик (экологический, спортивный, познавательный туризм) можно восстановить гармоничное равновесие в циклической динамике общества и природы, сохранить условия для жизнедеятельности следующих поколений. Глобализация мировых процессов непосредственно сказалась на тенденциях развития туристической сферы. В результате появились новые, не свойственные ей ранее черты: глобальность и массовость, расширение географии туристических маршрутов, образование транснациональных корпораций как наиболее активных ее субъектов, стандартизацию сферы, появление элементов осознанной регионализации туризма или объективного учета в туризме его этнокультурной специфики. Водоворот глобального туризма бесчисленными способами втягивает в себя людей и места. «Глобальное» и «туризм» - не два отдельных понятия, соединенные при помощи каких-то внешних связей. Скорее, каждое из них - часть системы сложных взаимозависимых процессов. Более того, подобные инфраструктуры, потоки людей и образов и сама практика туристической рефлексии должны быть осмыслены в единстве как некий глобальный гибрид, распространяющийся

по земному шару. Здесь можно усмотреть аналогию с другими глобальными гибридами, такими как Интернет, автомобилизм, всемирная финансовая система и т.д., которые развиваются, преобразуя и воспроизводя «глобальное»<sup>14</sup>.

**Эмпирическая база исследования** включает в себя материалы, опубликованные в электронной версии российской газеты «РБК», а также данные социологического опроса в форме анкетирования «Влияние политических факторов на международный туризм» граждан России.

**Структура работы:** работа состоит из введения, трёх глав, составленных из десяти параграфов, заключения, списка использованной литературы, двух приложений.

---

<sup>14</sup> Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Туризм и глобальное URL: <http://culturca.narod.ru/Urry10.htm> (дата обращения 02.05.2017).

## Глава 1. Международные туристические потоки в современном мире

### 1. Международные туристические потоки в системе международного туризма

Международные туристические потоки представляют собой социальные элементы международного туризма.

Человечество на протяжении всей его многовековой истории стремилось к путешествиям с целью развития торговли, завоевания и освоения новых земель, поиска ресурсов и т. п. И именно разновидностью путешествий первоначально являлся туризм. Туризм — явление, с одной стороны, молодое, так как его массовость проявилась только после Второй мировой войны, с другой — имеющее глубокие исторические корни, поскольку путешествия известны уже с древнейших времен.

Если говорить об истории туризма, то она делится на ряд этапов<sup>15</sup>. Первый этап (до начала XIX в.) - предистория туризма. Так, в античные времена основными мотивами путешествий были торговля, образовательные цели, паломничество, лечение. В Средневековье усиливается религиозный характер путешествий. Миллионы людей стали совершать паломничества к святыням: мусульмане — в Мекку, христиане — в Иерусалим и Рим. Эпоха Ренессанса и Просвещения ослабила религиозные мотивы и усилила индивидуальный характер и образовательную направленность поездок. Молодые дворяне нередко стали отправляться в своеобразный «гран-тур» по Европе, прежде чем вступить на поприще профессиональной или политической деятельности. Таким образом, до начала XIX в. путешествия были не самоцелью, а необходимым условием и средством к достижению собственно цели (торговля, паломничество, расширение кругозора) и отличались примитивностью средств передвижения.

Второй этап (с начала XIX по начало XX в.) начинается с революционных изменений в развитии транспорта. Повышение качества и надежности транспортных перевозок, а также их удешевление и постепенное сокращение рабочего времени существенно увеличило поток путешествующих. Стали возникать и первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей. К середине XIX в. индустрия отдыха расширила сферу деятельности с появлением первых бюро путешествий, в задачи которых входили организация туристических поездок

---

<sup>15</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С.9-11

и реализация их потребителю. Классическим пример - групповой тур на отдых, организованный англичанином Т. Куком в 1841 г. Именно он является создателем (первоначально в Лестере, затем в Лондоне) первых бюро путешествий. Во второй половине XIX в. туристические бюро были созданы во многих странах мира.

Третий этап (начало XX в. - до Второй мировой войны) стал началом становления массового туризма. Первая мировая война, экономическая депрессия 1930-х гг. и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Вместе с тем именно в период между двумя мировыми войнами зарождается массовый туризм, расцвет которого приходится на послевоенные десятилетия.

После Второй мировой войны начинается четвертый этап, когда туризм приобретает действительно массовый характер. Из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. Формируется индустрия туризма со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. Данный этап характеризуется быстрым ростом количества путешествующих, увеличением числа туристических предприятий и объемов их производства, массовым строительством средств размещения и объектов туристической инфраструктуры.

Несмотря на столь длительную историю туризма, до сих пор не существует единого мнения в определении его сущности и понятийного аппарата. Между тем решение вопроса дефиниций, то есть согласованных и принятых за основу определений, понятий, терминологии туризма, является необходимым условием понимания явлений и процессов, характерных для туризма. Таким образом, существует ряд определений туризма, раскрывающих его различные стороны. Отсутствие единого определения не только затрудняет изучение организации туризма как учебной дисциплины, но может иметь неблагоприятные последствия в практических действиях субъектов туристической деятельности. Поэтому для изучения заявленной темы, необходимо подробно остановиться на толковании такого понятия, как туризм. Для начала нужно сказать, что слово «туризм» было заимствовано из французского языка и произошло от слова *tour* «оборот, поворот», «движение с возвратом на место отправления», «прогулка, поездка»<sup>16</sup>. Путем прибавления к французскому слову *tour* суффик-

---

<sup>16</sup> Березович Е. Л., Галинова Н. В. Этимологический словарь русского языка. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2011. С. 244.

са –isme, появилось слово *tourisme*, которое впоследствии стало источником заимствованного существительного «туризм» в русском языке в середине 19 века.

В современных словарях русского языка данное слово толкуется так: вид спорта - 1) групповые походы, имеющие целью физическую закалку организма; вид путешествий, совершаемых для отдыха и самообразования<sup>17</sup>; 2) путешествия, в которых развлечения и отдых соединяются с образовательными целями<sup>18</sup>. Кроме этого, это вид активного отдыха – путешествия, совершаемые организованно или самостоятельно для отдыха со спортивными или познавательными целями<sup>19</sup>. Также это средство духовного, культурного и социального развития человека<sup>20</sup>. Из вышесказанного, можно сделать вывод, что толкование слова туризм определяет его как вид спорта и отдыха, который всесторонне способствует развитию человека в духовной, культурной и социальных сферах.

Если же обратиться к специальным словарям, то можно найти еще ряд определений, которые раскрывают его с других сторон. Например, в учебнике «Экономика отрасли туризм» говорится, что «туризм – это мир туристского бизнеса или бизнеса путешествий, помещений, носильщиков и вообще всех туристических товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности и нужды туристов»<sup>21</sup>. Это определение говорит о том, что туризм входит в предпринимательскую сферу, т. к. туристические организации (турфирмы, гостиницы, рестораны и др.) ставят перед собой цель извлечения прибыли, деятельность которых регулируется законодательной базой данной отрасли. Ю. А. Матюхина выделяет несколько определений. Она пишет: «Туризм – это деятельность путешествующих лиц за пределами обычной для них среды в течение периода, не превышающего одного года, с целью отдыха или с деловыми поездками»<sup>22</sup>. По ее мнению, любая смена обстановки, ориентированная на отдых и деловые поездки, является для человека путешествием, т. е. указывает на ту-

---

<sup>17</sup> Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-ое издание, дополненное. М.: Азбуковник, 1999. С. 817.

<sup>18</sup> Толковый словарь Ушакова // Туризм. Значение и толкование слова, определение термина. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/ushakov/t/page-41/html> (дата обращения 14.11.2014).

<sup>19</sup> Большой иллюстрированный словарь иностранных слов: 17000 сл. М.: АСТ; Астрель; Русские словари, 2002. С. 809.

<sup>20</sup> Большая Советская Энциклопедия (БСЭ) // Туризм. URL: <http://www.big-soviet.ru/660/%D0%A2%D1%83&P=6> (дата обращения 02.11.2014).

<sup>21</sup> Богданов Е. И., Богомолова Е. С., Орловская В. П. Экономика отрасли туризм: Учебник / под ред. Проф. Е. И. Богданова. М.: ИНФА-М. 2014. С. 124.

<sup>22</sup> Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. М.: Альфа-М: ИНФА-М, 2014. С. 13-14.

ризм. Кроме этого, автор считает, что туризм – это популярная форма проведения досуга<sup>23</sup>, а именно, свободное от работы время, которое человек организует самостоятельно или с помощью различных туристических организаций, в зависимости от своих интересов и потребностей. А также такое ее определение туризма, как отрасли хозяйства по обслуживанию людей<sup>24</sup>, находящихся временно вне места постоянного жительства, повторяет мысль о том, что туризм является одной из частей предпринимательской сферы. Нужно заметить, автор считает также, что «туризм – это значительные коммуникативные возможности, активные межкультурные коммуникации»<sup>25</sup>. Данное определение говорит о том, что туризм выражается и в эффективном взаимодействии и адекватном взаимопонимании между людьми и разными культурами (как пример, международный туризм). Л. А. Акимова в своей работе «Социология досуга» описывает туризм, как «разновидность рекреации, один из видов активного отдыха, в процессе которого восстановление работоспособности сочетается с познавательной деятельностью»<sup>26</sup>. Это говорит о том, что люди прибегают к туризму с целью восстановления эмоциональных и психологических сил, здоровья и трудоспособности. Если же говорить о туризме, как о чем-то более глобальном, то можно выделить определение, которое приводит UNWTO: туризм – это быстро растущий сектор экономики в мире, являющийся одним из основных источников доходов для многих развивающихся стран<sup>27</sup>.

Если говорить в целом, то экономическая сторона туризма - это очень важное его свойство, так как в этом смысле от него зависит не только экономика отдельного государства, но и мировая экономика в целом. Это можно рассмотреть на примере глобализации индустрии туризма. Мир стал глобальным сообществом, а туризм стал глобальным бизнесом, расширяющийся рынок которого не оставляет без внимания ни одного места на Земле, и ожидается, что он станет самой крупной мировой индустрией следующего столетия. Туризм теперь влияет на каждый континент, страну

---

<sup>23</sup> Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. С. 13-14.

<sup>24</sup> Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. С. 13-14.

<sup>25</sup> Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. С. 13-14.

<sup>26</sup> Акимова Л. А. Социология досуга. М., 2003. С. 58.

<sup>27</sup> World Tourism Organization UNWTO // Why tourism? URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> (дата обращения 14.12.2014).

и город. Влияние на экономику оказывают либо сами туристы (расходы в местах назначения – импорт), либо экспорт туристических услуг (расходы нерезидентов в данном месте)<sup>28</sup>.

Ф. Котлер, Дж. Боуэн и Дж. Мейкенз выделяют такие преимущества туризма в сфере экономики<sup>29</sup>:

- обеспечение рабочими местами в отелях, ресторанах, розничных предприятиях и транспорте;
- поддержка индустрий и профессий (таких, как консультанты по эффективному менеджменту, университетские преподаватели туризма и др.);
- реализация множительного эффекта (расходы туризма перерабатываются местной экономикой): расходы - доходы - расходы – доходы (расходы туристов в месте их пребывания - это доходы туристических предприятий, транспортных компаний, сферы торговли, бытового обслуживания, связи, предприятий сферы досуга и развлечений и др.; для данных предприятий эти доходы - дополнительная прибыль, инвестиции, заработная плата, дополнительные рабочие места и др.; для федерального, регионального и муниципального (местного) бюджетов - это дополнительные налоги, платежи, сборы и пошлины; далее на очередном цикле оборота дополнительный доход предприятий реализуется в инвестиции для его развития; в свою очередь - это дополнительный доход предприятий, поставляющих оборудование, материалы для строительства и реконструкции и т. д.; дополнительные доходы работников предприятий тратятся на приобретение товаров и услуг, что стимулирует производство товаров народного потребления и сферу платных услуг населению);
- обеспечение роста федеральных и местных доходов – налоговые поступления от туризма (с помощью туризма налоговое бремя переносится на нерезидентов);
- стимулирование экспорта местных продуктов (расходы туриста на подарки, изделия из ткани и сувениры, которые составляют от 15 до 20% всех его расходов).

Необходимо отметить, что в данной работе изучается определенный вид туризма, поэтому важно сказать об основной классификации, по которой туризм можно разделить на некоторые из них<sup>30</sup>. В. А. Квартальнов выделяет классификацию в зависимости от составляющих услуг и обслу-

---

<sup>28</sup>Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М.: Юнити, 1998. С. 700.

<sup>29</sup>Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М.: Юнити, 1998. С. 701-702.

<sup>30</sup>Квартальнов В. А. Туризм: УЧЕБНИК. М.: Финансы и статистика, 2001. С. 26-28.

живаемых категорий населения: это внутренний туризм и международный туризм. В данном случае важен второй вид туризма. Международный туризм – это систематизированная и направленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристических услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории Российской Федерации и предоставлением туристических услуг и туристского продукта за рубежом. Международный туризм делится, в свою очередь, на въездной и выездной туризм.

Как отмечает Джон Урри, туристические потоки существенно возрастают, особенно это касается потоков из «восточных» стран, которые ранее посещали туристы с «Запада». На сегодняшний день в Азии доходы среднего класса растут, что способствуют сильному желанию те места на «Западе», которые, как считается, определили мировую культуру. Таким образом, сфера глобального туризма все больше пересекается с общей «экономикой знаков», вторгаясь в различные пространства потребления. В ее пределах обнаруживается множество институтов и форм, воздействия которых трудно избежать. В их числе можно назвать транспортные перевозки, гостиничный бизнес, путешествие, дизайн, консультирование, производство образов, объектов глобального туризма, глобальных символов (таких, как Эйфелева башня), типичных картин (всемирный пляж), локальных знаков (балийские танцы), репрезентация и обращение образов в СМИ через печать, телевидение, новости, Интернет, организация строительства и развития туристической инфраструктуры, и прочие вещи<sup>31</sup>.

## **2. Факторы, оказывающие влияние на направленность международных туристических потоков**

Туристические потоки, как достаточно сложная социально-экономическая система, подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, различных как по силе, так и по продолжительности воздействия. Кроме того, наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и стран по направленности туристических потоков «к ним», нежелательные фак-

---

<sup>31</sup> Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Туризм и глобальное URL: <http://culturca.narod.ru/Urry10.htm> (дата обращения 02.05.2017).



торы снижают туристический поток. Поэтому их учёт необходим для организации эффективной туристической деятельности.

Прежде чем начать говорить о политических факторах, то стоит отметить, что понятие фактора в социологии представляется как причина, движущая сила какого-либо социального явления, определяющая его характер или отдельные его черты; движущая сила развития общества, явление или процесс, обуславливающий те или иные социальные изменения.

Политический фактор определяется как явление или процесс, представляющие собой причину, определяющую существенные характеристики политической ситуации или обстоятельство лишь отдельных изменений, происходящих в политической жизни<sup>32</sup>. В виде политических факторов могут рассматриваться как общие условия жизнедеятельности общества - политическая система, политический режим, политическая культура, политическая идеология и др., так и относительно частные феномены - политические институты, идеология, программы, события, действия и т. д.

Изучив ряд источников, можно выделить некоторые классификации факторов, влияющих на развитие туризма, в которых особое место занимают политические.

А. П. Дурович выделяет такие факторы, воздействующие на туризм, которые подразделяются на две группы: внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. К числу важнейших внешних факторов относятся<sup>33</sup>:

- природно-географические;
- культурно-исторические;
- экономические;
- социально-культурные;
- демографические;
- политико-правовые;
- научно-технические;
- экологические.

---

<sup>32</sup> Lib.Sale // ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКИЙ URL: <http://lib.sale/munitsipalnoe-upravlenie-gosudarstvennoe/faktor-politicheskiy-74351.html> (дата обращения 03.12.2016).

<sup>33</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 19.

Есть и другая классификация, в ней также говорится о существовании внешних и внутренних факторов, но они определяются по-другому. К внешним факторам относится географическое положение региона, политические отношения между странами, международное разделение труда, уровень цен на международном рынке и в разных странах и т.п. Внутренними факторами считаются внутренняя политика страны и политическая стабильность. С точки зрения механизма влияния на развитие туризма можно определить факторы объективные, уже сформированные историческим развитием общества, и такие, которые целенаправленно регулируют именно туристическую деятельность – факторы первой группы. Ко второй относятся государственная политика в туризме, наличие и содержание туристического законодательства, туристическое образование в обществе и т.п.

Кроме этого, выделяют такие факторы, влияющие на развитие туризма, которые можно разделить на две группы: статичные и динамичные. Статичные - факторы, отличающиеся неизменностью и постоянностью. К ним обычно относят: географическое положение, природные и культурно-исторические факторы. Динамичные - факторы, которые способны меняться за относительно небольшой временной отрезок. К ним можно отнести: политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические факторы<sup>34</sup>.

Следующая классификация, связанная в свою очередь с формированием потребностей выделяет следующие факторы:

- социально-демографические;
- экономические;
- политические;
- культурно-психологические;
- научно-технические.

Далее, изучение тенденций, сложившихся в туристской деятельности в 60-90-х годах XX в., позволяет выделить несколько групп факторов, которые благоприятствуют международному туристскому обмену<sup>35</sup>:

- социально-экономические,

---

<sup>34</sup> TourFAQ Туристический бизнес // Главные факторы, влияющие на развитие туризма URL: <http://tour-faq.net/travel-business/glavnye-factory-vliyayushhie-na-razvitiya-turizma/> (дата обращения 03.12.2016).

<sup>35</sup> Studmed.ru // Лекции - Рекреационная география - Международный туризм URL: <http://www.studmed.ru/docs/document24575?view=29> (дата обращения 03.12.2016).

- демографические,
- материально-технические,
- политические.

Таким образом, мы видим, что в выделенных классификациях имеют место быть политические факторы. Далее необходимо определить составляющие политического влияния на туризм, и постараться выделить, какие конкретно политические факторы оказывают влияние на туризм.

Политическая власть имеет возможности воздействия на туризм. Во-первых, оно связано с государственной политикой в области туризма, развитием регулирующих отношений в сфере туризма, изданием правовых актов и т.д. Во-вторых, воздействие может быть связано с политическим курсом страны, решениями, принимаемыми властями на международной политической арене, государственной идеологией, уровнем политической стабильности в стране и т.д. Так, политическая власть в государстве оказывает мощное сопротивление сепаратистским тенденциям в государстве, обеспечивает реальную защиту прав и свобод своих граждан, не допускает распространения террористических и экстремистских тенденций, что оказывает положительный эффект на отрасль туризма. Всемирная туристская организация в своих рекомендациях отмечает, что в данный момент только государство и правительство играют первостепеннейшую, если не единственную, роль в развитии туризма. Во всех сильных туристических державах есть такая организация, как Национальная Туристическая Администрация, подчиненная, как правило, министерствам, которая занимается разработкой национальных программ развития туризма. Именно она содержит представительства по туризму в других странах, она разрабатывает привлекающие туристов программы и обеспечивает поток туристической информации. С ее помощью в странах разрабатываются государственные программы стимулирования выездного туризма, заключающиеся в предоставлении льгот в налогообложении, в решении вопросов, связанных с погранично-таможенным режимом, в создании благоприятных условий для инвестиций и увеличении бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, а также рекламу на зарубежных рынках и подготовку кадров. Но туристические ресурсы используются с разной степенью интенсивности в зависимости от того, какую политику государство проводит по отношению к туризму в целом. Как правило, если государство заинтересовано в развитии туристической отрасли, это выражается в общей концепции приоритетного развития туризма, принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регули-

рующих развитие туризма, а также в финансово экономических мерах по поддержанию и развитию туристической инфраструктуры, строительству гостиниц и развитию индустрии гостеприимства.

Международный туризм активно влияет на экономику принимающей стороны, поэтому крайне выгодно регулирование международного сотрудничества государств в этой области. Тесное сотрудничество разных стран на уровне государственных и общественных структур перспективно для развития международного туризма по причине того, что многие вопросы в этой сфере зависят от позиции законодательных и исполнительных органов власти той или иной страны. Так, международное сотрудничество в области туризма в разных его проявлениях может поспособствовать развитию туризма, тем самым увеличивать туристические потоки. Следовательно, международное сотрудничество является важным элементом в структуре политических факторов, воздействующих на туризм. Так, среди политических факторов, влияющих на развитие туризма, выделяются взаимоотношения между странами, которые могут способствовать или, наоборот, препятствовать туристскому обмену между ними. А именно развитию туризма и иных форм внешнеэкономических отношений способствуют урегулирование разногласий между странами, заключение договоров о сотрудничестве, отказ от территориальных притязаний и признание сложившихся границ<sup>36</sup>.

Но существуют ситуации, когда туристические потоки резко сокращаются даже в тех странах, в которых активно продвигается международное сотрудничество в области туризма, что, как правило, связано с дестабилизацией политической обстановки, вследствие чего в регионе снижается туристическая активность либо полностью прекращается развитие туризма. И происходит это именно из-за воздействия следующей группы политических факторов. Стабильное политическое положение в стране, как правило, способствует развитию туризма, и наоборот, напряженная обстановка обуславливает низкие темпы его роста и даже свертывание. Серьезную угрозу туризму представляют военные действия, терроризм и экстремизм<sup>37</sup>. Международные конфликты или военные действия, вспышки международной преступности и терроризма являются не только препятствием на пути развития туризма, но зачастую и причиной того, что министерства иностранных дел стран — генераторов международного туризма публикуют списки стран, нежелательных для посещения резидентами этих стран. В то же время некоторые турфирмы заинтересованы в получении прибы-

---

<sup>36</sup> Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма. Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2002. С. 9.

<sup>37</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 26-27.

ли, и по этой причине не предоставляют своим клиентам достаточной информации по регионам с повышенной опасностью. В результате чего туристы становятся жертвами внутривнутриполитических столкновений, терроризма, а иногда даже попадают в районы боевых действий. Таким образом, можно утверждать, что наибольшее влияние на туризм оказывает фактор политической стабильности. Эксперты Всемирной туристской организации выделили три вида дестабилизации туризма, которые обусловлены политическими причинами<sup>38</sup>:

- глобальная продолжительная дестабилизация, вызванная военными действиями или непрерывными террористическими актами;
- постоянная напряженность и неопределенность в туристических маршрутах;
- единичные явления терроризма, кратковременные беспорядки.

На развитие международного туризма влияет внутривнутриполитическая обстановка в странах и регионах, а также в тех районах, через которые проходят туристические коммуникации. Можно привести массу примеров такой зависимости. Так, во время обострения Грузино-Южноосетинского конфликта (летом 2008 года) резко сократился турпоток в Грузию. 31 мая 2010 г. после атаки израильских военных на гуманитарный конвой, идущий из Турции в Сектор Газа, разразился скандал и произошло обострение отношений между Турцией и Израилем, что привело правительство Израиля к решению о приостановке всех авиарейсов, выполняемых в Турцию. В январе 2011 года в Тунисе произошла «Жасминовая революция», это вызвало обострение внутривнутриполитической обстановки в стране, и тем самым прекратило возможность ведения туристической деятельности. В Египте события развивались по «тунисскому сценарию», поэтому с конца января 2011 г. МИД РФ рекомендовал приостановить отправку российских туристов в Египет. Даже в феврале 2012 г. о стабильности в Египте было рано говорить, там по-прежнему было тревожно, события продолжали развиваться. Между тем потери экономики Египта от спада туристического потока составляли около миллиарда долларов<sup>39</sup>. Так, смена политических режимов, сопровождающаяся массовыми волнениями и использованием вооруженных сил (Руанда, Уганда, Индонезия), религиозный фанатизм

---

<sup>38</sup>Воронкова Л. П. Влияние геополитической обстановки на международный туризм // ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ МГУ им. М. В. Ломоносова. 2016. №5. С. 41-46

<sup>39</sup> Books // ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА - ВЛИЯНИЕ, ОСОБЕННОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ URL: <http://bubook.net/book/332-servisnye-texnologii-teoriya-i-praktika-2012-mi-astaxova/15-politicheskie-factory-razvitiya-turizma-vliyanie-osobennosti-perspektivy.html> (дата обращения 22.11.2016).

(арабские страны), терроризм (Египет), захват заложников (Филиппины) представляют большую опасность для туристов и не способствуют их притоку в страну<sup>40</sup>.

Если в стране происходят серьезные политические беспорядки или гражданская война, индустрия туризма не может существовать до тех пор, пока они не прекратятся. Но если же обстоятельства геополитического характера менее серьезны, то это может побудить правительства и руководителей туристической индустрии попытаться найти выход из кризиса. Как видно, политическая стабильность в регионе оказывает огромное влияние на туризм, но при этом она не является движущей силой развития туризма, она лишь создает предпосылки для воздействия на туризм других политических факторов.

### **3. Краткие выводы**

С позиций социологической науки международные туристические потоки следует рассматривать как важнейшую социальную составляющую международного туризма. Международные туристические потоки в настоящее время представляют собой сложный комплекс социальных действий, устойчивых форм поведения людей, а также институтов, связанный со всеми сферами человеческой жизнедеятельности, включая социальную, политическую, культурную, экономическую. Понятие «международный туризм» с позиций социологической науки может быть определено как совокупность международных туристических потоков, то есть передвижений людей между странами с досуговой целью.

Обобщив теоретические представления о политических факторах, влияющих на международные туристические потоки, а также на другие аспекты развитие международного туризма, выделим три основных фактора. Первый фактор — международное сотрудничество. В основном оно проявляется в наличии межгосударственных и межправительственных соглашений по сотрудничеству в сфере экономики, торговли, научно-технических и культурных взаимосвязей, туризма и обменов, а также урегулирование разногласий между странами, заключение договоров о сотрудничестве, отказ от территориальных притязаний и признание сложившихся границ. Все вышеперечисленное определяет взаимоотношения между странами в области туризма. Так, говоря о последствиях проявле-

---

<sup>40</sup> Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма. Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2002. С. 9.

ния данного политического фактора, можно сказать, что без тесного сотрудничества разных стран на уровне государственных и общественных структур развитие международного туризма не имело бы перспективы. Международное сотрудничество в области туризма в разных проявлениях призвано облегчить развитие туризма и увеличить туристические потоки.

Второй политический фактор — государственная политика в области туризма. Она проявляется в целом во внутренней политике страны, касающейся туризма, а именно в наличии и содержании туристического законодательства, а также издания правовых актов и т. д., в политике открытия границ, смягчении административного контроля в сфере туризма, унификации налоговой и денежной политики, формировании государственных или международных программ развития туризма, развитии инфраструктуры и туристического образования в обществе. Тем самым, очень важна позиция законодательных и исполнительных органов власти той или иной страны, в том числе ее политический курс, решения, принимаемые властями на международной политической арене.

Третий политический фактор, выделенный нами, — политическая обстановка. Она может проявляться во внутривнутриполитической стабильности страны, включающей в себя возможность осуществления безопасного отдыха. Но существует и противоположная ситуация, когда политическая обстановка проявляется внутривнутриполитической нестабильностью в стране или регионе, в наличии терроризма и экстремизма, вооруженных и межнациональных конфликтов, массовых беспорядков, расовой дискриминации, а также в отсутствии между государствами добрососедских отношений, военных конфликтах, внешнеполитической изоляции государства и т.д.

## **Глава 2. Основные особенности влияния политические факторов на международные туристические потоки**

### **2.1. Международное сотрудничество государств в области туризма**

Всестороннее развитие туристических связей, наиболее полное удовлетворение заинтересованных стран на основе добровольности, доступности, регулярности, непрерывного роста качества и совершенствования туристических отношений наблюдается при установлении и развитии международного сотрудничества в туризме. Существует пять принципов международного сотрудничества, и два из них важны для нас с точки зрения политического влияния на развитие международных туристических потоков<sup>41</sup>. Один из принципов заключается в подаче объективной информации о деятельности разных стран в сфере туризма, которая определяет специфику туристического сотрудничества. Для достижения объективной информации о деятельности туристических предприятий задействованы различные средства информации: радио, телевидение, пресса, Интернет, рекламные туры и т.д. Следует учитывать, что средства массовой информации каждой страны создают целый пласт объективной и субъективной информации через радио, телевидение, кино, книги, газеты, журналы, научный и культурный обмен. Объективная информация о состоянии туризма в государствах является одним из важных факторов в установлении и развитии сотрудничества. Своевременная информация способствует строительству соответствующих отношений одних стран с другими. Следующий принцип заключается в добровольности, регулярности и доступности участия каждой страны в туристических мероприятиях. Этот принцип основывается на сотрудничестве в туризме разных государств. Государственные структуры более качественно планируют стратегические туристические связи с другими странами. Они могут оказывать соответствующее воздействие на туристический бизнес, его нравственную сторону. Только в этом случае определяется уровень, качество и интенсивность сотрудничества между странами. Состояние туризма в стране является ведущим критерием в формировании туристической интеграции. Недооценка данного принципа может на неопределенный срок тормозить развитие дружественных отношений между странами.

---

<sup>41</sup> Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. С. 198-201.



Таким образом, сотрудничество между странами не должно ограничиваться только организацией поездок туристов в их страны. Специалисты пришли к выводу, что необходимы встречи для решения проблем по профессиональной подготовке персонала в сфере туризма, внедрения компьютерной техники, что успешно решается в ходе научно-практических всемирных конференций, выставок-ярмарок, других мероприятий.

Так, для развития туристических потоков необходим диалог между государствами в плане продвижения национального туристского продукта, чему благоприятствуют международные выставочно-ярмарочные мероприятия.

Крупнейшими международными туристскими выставками и биржами являются<sup>42</sup>:

- международная туристическая биржа в Берлине (International Tourismus Borse, ITB);
- международная туристическая выставка-биржа FITUR в Мадриде;
- всемирная туристическая выставка в Лондоне (World Travel Market, WTM);
- международная туристическая биржа в Милане;
- международная выставка «Путешествия и туризм» в Москве (МИТТ).

Кроме этого, взаимодействие стран между собой в рамках развития международного туризма привело к созданию множества международных организаций, которые всячески повышают эффективность этой сферы международных экономических отношений. В общей сложности существует около 70 международных организаций различного профиля и статуса, которые занимаются проблемами развития международного туризма. В их число входят:

- специализированные организации в системе ООН (Всемирная туристическая организация - World Tourism Organisation, WTO);
- организации в системе ООН, занимающиеся вопросами международного туризма эпизодически (Конференция ООН по туризму и путешествиям, впервые проведенная в 1963 г. в Риме, Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС), Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международная организация труда (МОТ), Конфе-

---

<sup>42</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 178-180.

ренция - ООН по торговле и развитию (ЮНКТДЦ), региональные экономические комиссии ООН);

- неправительственные специализированные организации по международному туризму (Всемирная федерация ассоциаций туристических агентств (ФУААВ), Международная организация гражданской авиации (International Civil Aviation Organization — ICAO), Международная ассоциация воздушного транспорта (International Air Transport Association — IATA), Международная организация агентов авиакомпаний (International Airlines Travel Agents Network IATAN), Международная ассоциация делового туризма - International Business Travel Association (IBTA), Ассоциация специалистов по организации корпоративных поездок — Association of Corporate Travel Executives (ACTE), Всемирная ассоциация по профессиональному образованию в туризме, Международный туристический альянс (первоначальное название «Международная лига туристических ассоциаций», 1898 г.), Международная гостиничная ассоциация (1946), Международная федерация кемпинга и караванинга (1932), Международная ассоциация научных экспертов по туризму (АИЕСТ), Международная ассоциация гидов по сопровождению (1961), Международная федерация журналистов и писателей по туризму (ФИЖЕТ), Международное бюро по социальному туризму (БИТС), Федерация международных туристических организаций (1950));
- региональные и национальные организации по туризму (Европейская комиссия путешествий, Европейская организация рекреации и отдыха (1972), Европейская ассоциация пешеходного туризма (1969), Международная федерация неправительственных ассоциаций по охране культурного наследия и природных памятников в Европе (1963), Федерация ассоциаций скандинавских туристических агентств (1939) и др., Азиатско-Тихоокеанская туристическая ассоциация (Pacific Asia Travel Association — ПАТА), Международная федерация путешествий и автоклубов, Конференция туристических организаций Латинской Америки, Карибская ассоциация по туризму и др., объединения Африканского (Африканская туристическая ассоциация, Организация по развитию туризма в Африке и др.) и Арабского регионов

(Арабский туристический союз, Арабская федерация ассоциаций туристических агентств и др.)

<sup>43</sup>.

Как мы видим, существует достаточно большое количество организаций и объединений, призванных способствовать развитию туризма. Многообразие целей, задач и видов деятельности, которые они предусматривают, демонстрирует необходимость комплексного решения большинства проблем в этой области на международном уровне.

---

<sup>43</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 293-302.

## **2.2. Государственная политика в области туризма как целенаправленная деятельность по решению общественных проблем, достижению и реализации общезначимых целей**

Эффективное функционирование системы туризма нельзя представить без планирования, регулирования, координации и контроля со стороны структур, ответственных за его развитие. Это указывает на необходимость разработки и реализации туристической политики. Туристическая политика – это система методов, мер и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера, которая осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениям в целях создания условий для развития туристской индустрии, рационального использования туристических ресурсов, повышения эффективности функционирования системы туризма. Существуют различные уровни, на которых формируется и реализуется туристическая политика: государственный, региональный, уровень отдельного предприятия.

Государственная политика в области туризма формируется под влиянием определенных специфических факторов:

- природные условия страны (климат, географическое положение, рельеф, флора, фауна), воздействующие на туристическую политику в зависимости от их наличия или отсутствия, рационального или нерационального использования в целях туризма;
- транспортные условия, определяющие доступность объектов туристического интереса;
- социальные, экономические и правовые условия развития туризма.

Роль и место конкретного государства на рынке международного туризма зависит от того, насколько оптимально и эффективно построена и реализована туристическая политика.

Реализация целей туристической политики требует координации деятельности (вертикальной и горизонтальной) различных институциональных единиц, интегрированных в систему туризма.

Таким образом, туристическая политика должна рассматриваться как составная часть общей политики государства в приложении к туризму, как деятельность, тесно взаимосвязанная с экономикой, социальной сферой, культурой, экологией и другими общественно значимыми системами. Говоря о значении туристической политики для общества, известный специалист в этой области Д.

Л. Энджел отмечал, что «высшей целью туристической политики является интеграция экономических, политических, культурных, интеллектуальных и общественных благ, создаваемых туризмом, применительно к людям, направлениям и странам для улучшения общего качества жизни и обеспечения укрепления мира и благосостояния».

В рамках формирования и реализации туристической политики государство выполняет целый ряд функций, обеспечивающих общественные интересы и жизнедеятельность системы туризма в целом. К таковым в широком смысле относятся<sup>44</sup>:

- координация;
- планирование;
- регулирование;
- маркетинг национального туристического продукта;
- стимулирование;
- социальный туризм;
- защита интересов.

Туристическую политику принято рассматривать в двух аспектах: как национальную и международную. Первая характеризуется мероприятиями, носящими локальный характер и определяемыми государством самостоятельно. Международная туристическая политика включает так называемые конвенциональные воздействия и мероприятия, которые страна осуществляет согласованно с одним или несколькими государствами на основании договоров и других видов соглашений, регламентирующих взаимоотношения в развитии международного туризма и не ущемляющих суверенные права договаривающихся сторон. Международная туристическая политика все более успешно осуществляется в рамках международных туристических организаций, а также политических и экономических союзов государств. Так, туристическая политика стран Европейского союза нацелена на координацию развития туризма стран-участниц, в том числе:

---

<sup>44</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 76-93.

- защиту туристов и их свободного перемещения (упрощение полицейского и таможенного контроля на границах; повышение безопасности туристов и защита их от недобросовестной рекламы; гармонизация страхования туристов и их автотранспорта; информирование туристов об их социальных правах);
- гармонизацию правил деятельности в индустрии туризма (гармонизация налоговой политики; взаимное признание уровня квалификации и дипломов профессиональной подготовки; разделение отпускных периодов для снятия нагрузки на туристическую индустрию в сезоны «пик»);
- региональное развитие туризма (продвижение туризма в регионы, обладающие туристическим потенциалом, но в которых в силу ряда причин туризм находится на невысоком уровне развития).

Таким образом, государство играет важную роль в системе туризма, обеспечивая общественно значимые интересы, как в рамках национальной территории, так и на международном уровне посредством проведения туристической политики. Ее осуществление достигается выполнением ряда функций, направленных на все элементы системы туризма. Реализация этих функций возлагается на носителей туристической политики, в качестве которых, как правило, выступают органы управления туризмом.

Для реализации национальной туристической политики и координации усилий по достижению общественно значимых целей государство создает органы управления туризмом - национальные туристические администрации (НТА), о которых было сказано ранее. В сфере разработки и реализации туристической политики необходимо ее взаимодействие с законодательными и исполнительными органами власти на центральном и местном уровнях, с научно-исследовательскими организациями, туристическими ассоциациями, союзами и другими общественными организациями и объединениями. При этом основным звеном формирования и реализации туристической политики все же является именно НТА, от усилий которой, степени воздействия на другие органы государственного управления, инициатив в области законодательства, налоговой, финансовой, экономической и социальной сфер зависит успех или неудача туристической политики государства.

В мировой практике существуют различные национальные системы организации, управления и регулирования туризма, но в целом можно говорить о трех моделях государственного управления туризмом<sup>45</sup>.

Первая модель предполагает отсутствие НТА, то есть все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной «самоорганизации». Ликвидация государственной туристической администрации — достаточно серьезный шаг, к этому должно привести такое решение, что туризм не нужен стране вообще, или уверенность в том, что субъекты туристического рынка сильны и «сознательны» и способны решать свои проблемы без государственного участия.

Вторая модель государственного управления туризмом предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, концентрирующего в своих руках значительный контроль над этой сферой. Данная модель распространена в ряде стран, успешно развивающих прием иностранных туристов (Турции, Греции, Египте, Тунисе, Мексике и др.). И эта модель очень эффективна, но для ее реализации требуются определенные условия. Первое условие заключается в том, что правительства перечисленных стран ежегодно должны выделять из своих бюджетов миллионы, а иногда и даже десятки миллионов долларов на рекламу и маркетинг, также заниматься государственным инвестированием в туристическую инфраструктуру.

Третья модель государственного управления туризмом предполагает, что НТА входит в состав одного из многоотраслевых министерств, чаще всего с «экономическим уклоном».

Мировой опыт свидетельствует о необходимости и целесообразности разделения органов НТА на две ветви. Первая ветвь - «бюрократическая», занимается решением глобальных вопросов государственного управления, а именно нормативно-правовой базой, сбором и обработкой статистической информации, координацией деятельности туристических предприятий и регионов, международным сотрудничеством на межгосударственном уровне.

Вторая ветвь — «маркетинговая». Это ведомство обычно подчиняется или входит в состав НТА, но при этом не является органом управления. В его компетенцию входят все вопросы, направленные на формирование привлекательного имиджа страны и продвижение ее на внешних рынках (маркетинг национального туристического продукта).

---

<sup>45</sup> Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 93-98.

В целом и в общем, орган государственного управления в сфере туризма должен решать следующие задачи:

- организовать эффективное взаимодействие с министерствами и ведомствами, прямо или косвенно соприкасающимися с туристской индустрией и обслуживанием туристов;
- заставить другие государственные структуры считаться с интересами развития туризма при формировании политики в области бюджета, налогообложения, инвестиций, кредитов, социальной сферы, разработке и принятии крупных программ в сфере экономики, экологии, трудовых отношений и занятости, профессиональной подготовки и т.д.;
- обеспечить эффективное взаимодействие с местными органами государственной власти и туристским бизнесом.

### **2.3. Политическая обстановка внутри государства и за его пределами**

Современная геополитическая реальность основывается на сценарии мира, безопасности и политической стабильности как необходимых условиях устойчивого развития туризма. Регионы, в которых существуют конфликты между областями или у которых существуют разногласия с другими странами, имеют ограниченные возможности для привлечения туристических потоков<sup>46</sup>. Так, например, в 2012 году территориальная борьба Японии с Китаем затронула туризм. Многие китайские туристы отказались от своих планов поездки в Японию из-за политической напряженности в отношении оспариваемых островов Дяоюйдао. После покупки Японией островов Дяоюйдао в порт Нагасаки зашел только один китайский круизный лайнер, а пассажиропоток упал не менее чем на 60 процентов по сравнению с предыдущими периодами. Тем временем, число китайских посетителей на Окинаву также упало. Около 4 300 китайских посетителей отменили свои планируемые поездки в город<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup>Жиленко В.Ю Влияние украинского кризиса на развитие сферы туризма в РФ// Журнал НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. СЕРИЯ: ТЕХНОЛОГИЯ БИЗНЕСА И СЕРВИСА Белгородского государственного национального исследовательского университета. 2014. №2. С. 10-17

<sup>47</sup> CCTV com ENGLISH // Political tensions impact Japan tourism URL: <http://english.cntv.cn/program/newshour/20121006/101602.shtml> (дата обращения 02.05.2017).



Кроме того, этот фактор может быть дестабилизирован захватом террористами заложников, взрывами в отелях, расовой, этнической и религиозной неприязнью, политической дискриминацией, экономическим давлением (блокадами), ксенофобией. Политические изменения оказывают огромное влияние на привлекательность места назначения и частоту путешествий. Когда мы говорим о туризме, мы можем назвать много ключевых моментов, которые являются поворотными в туристических передвижениях и их тенденциях. Так, привлекательность Нью-Йорка росла в последние четыре десятилетия, но теракт 11 сентября был критическим моментом. Эксперты утверждают, что массовый туризм столкнулся с самым большим вызовом в тот день. Следствием этого стало снижение интереса к воздушному транспорту. Европейцы вернулись к сухопутному транспорту. Число прибывающих в США сократилось, а некоторые места назначения были восприняты как менее безопасные или небезопасные из-за террористических атак. Спрос на место назначения очень гибок в отношении политических изменений, потому что такие политические события, как теракты, представляют собой угрозу для здоровья и жизни людей. Тем самым, учитывая политические обстоятельства, некоторые туристические направления воспринимаются как менее безопасные, так безопасные направления становятся более привлекательными<sup>48</sup>.

Террористическая атака имеет множество различных последствий. Немедленные последствия – это разрушение инфраструктуры и человеческие жертвы. Также произошедшее влияет на туристическую индустрию, туристы начинают искать другие направления, они имеют меньший интерес к атакованному месту назначения. Но с другой стороны, негативные последствия террористических актов исчезают достаточно быстро. Нападения террористов имеют прямое влияние на бронирование гостиниц и сектор туризма в целом, так как эти события могут нанести вред месту назначения и напугать потенциальных туристов. Однако этот страх зависит от типов атак, причин нападения и реакции страны на это. И если пункт назначения не находится в опасной зоне, он не будет заблокирован, и туристы вернутся туда спустя некоторое время<sup>49</sup>. Терроризм всегда направлен на то, чтобы внушить страх, который заставит людей изменить свое поведение. Страх повторного нападения является одной из причин этого. Так было и тогда, когда в 2015 году в Тунисе один

---

<sup>48</sup> Iris Mihajlović, Zorica Krželj-Čolović The impact of globalization on the development of tourism within social and economic changes // European Scientific Journal. University of Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics, Croatia. 2014. P. 113.

<sup>49</sup> TourMag.com // The terrorist attacks, a problem for the tourism industry in France? URL: [http://www.tourmag.com/The-terrorist-attacks-a-problem-for-the-tourism-industry-in-France\\_a71934.html](http://www.tourmag.com/The-terrorist-attacks-a-problem-for-the-tourism-industry-in-France_a71934.html) (дата обращения 02.05.2017).

из исламистских боевиков убил 38 человек, вследствие чего туристы покинули Тунис. Но некоторые говорили в интервью и в социальных сетях, что они полны решимости закончить свой отпуск, чтобы бросить вызов террористу. При этом Министерство иностранных дел обновило свои рекомендации о поездках. «Дальнейшие террористические нападения в Тунисе, в том числе на туристических курортах, возможны», - говорится в нем. Но, как сказал Еганех Моракабати, эксперт по рискам и туризму в Борнмутском университете: «В краткосрочной перспективе, это отпугнет некоторых людей. В долгосрочной перспективе многие люди забудут об этом».

В отчете о туристическом рынке в 2014 году Ассоциация британских туристических агентств обнаружила, что популярность «числа популярных мест отдыха зависит от политических, социальных и экономических волнений». Самым заметным из них был Египет, который начал 2013 год с большим числом посетителей, но понес значительные потери из-за политических волнений, что привело к изменениям в рекомендациях Министерства иностранных дел для граждан Великобритании. Но, как говорит Саймон Колдер, редактор путешествий The Independent: «Очень хороший способ заставить людей отправиться в места, пострадавшие от рук террористов, — это снизить цены». Иногда привлекательность назначения выше, чем уровень риска.

Кроме этого, в целом цифры говорят о том, что индустрия туризма в странах, переживающих длительные распри, например, в Египте, страдает больше, чем те, кого затронули отдельные террористические атаки. Даже продвижение отдельных пунктов назначения внутри стран может помочь преодолеть это. Египет в прошлом занимался изолированным маркетингом в Шарм-эль-Шейхе. Многие туристы, которые не так сильны в географии, могли почти не видеть его как часть Египта. Поэтому, если что-то происходит с Египтом, они не воспринимают это. Правительства имеют финансовые стимулы для защиты туристических горячих точек. Шарм-эль-Шейх на цветной карте Египта, расположенной на веб-сайте министерства иностранных дел, представляет собой небольшой оазис «зеленого» цвета, окруженный «оранжевым»<sup>50</sup>.

Таким образом, многое зависит от самого государства, в котором произошло происшествие, т. е. важны его дальнейшие действия по урегулированию ситуации возможного отрицательного влияния на туристическую сферу. Так, в связи с террористическими актами в Париже и в Брюсселе в 2015 году Ассоциация Европейских туроператоров (ЕТОА) выступила с заявлением о

---

<sup>50</sup> BBC news // How terrorist attacks affect tourism? URL: <http://www.bbc.com/news/magazine-33310217> (дата обращения 02.05.2017).

необходимости сделать все возможное, чтобы «Европа по-прежнему воспринималась, как безопасное место»<sup>51</sup>.

Если представить рейтинг самых безопасных стран мира (в перечень вошло 141 государство), составленный экспертами Всемирного экономического форума, то в итоге самой безопасной страной была признана Финляндия. Второе и третье места заняли соответственно Катар и Объединенные Арабские Эмираты. Исландии и Австрии достались четвертая и пятая позиции в списке. В первую десятку рейтинга в порядке убывания также были включены Люксембург, Новая Зеландия, Сингапур, Оман и Португалия. Россия в перечне ВЭФ оказалась на 126-ой строчке. Последнее место в рейтинге отдали Нигерии. Эксперты учитывали сразу несколько факторов. В частности, они оценивали ситуацию с преступностью, в том числе с терроризмом, уровень доверия народа к сотрудникам правоохранительных органов и способность стражей порядка защитить население<sup>52</sup>.

В эпоху растущей политической нестабильности, отрасль туризма переживает значительное испытание. Политическая стабильность и безопасность являются необходимыми условиями для развития туризма; даже сама угроза таких событий, как гражданские беспорядки и терроризм могут привести к тому, что туристы могут пересмотреть свое решение посетить пункт назначения. Кроме того, в некоторых случаях, нестабильность в одной стране, может оказать влияние на отрасль туризма соседних стран. Например, туризм на Мальдивах ощутил на себе последствия политических волнений в Шри-Ланке, так как Мальдивы часто считаются дополнением к данному направлению. Тем не менее, может быть оказано и положительное влияние на соседние направления. Например, Греция, Кипр и Турция выиграли от конфликта в Египте, Израиле, Иордании и Ливане в 1990-х годах. Туристы стали посещать их в качестве альтернативы<sup>53</sup>.

Но стоит учесть тот факт, что политические потрясения могут и не оказать большого влияния на международные туристические потоки, особенно вне центра волнений. Например, если данное политическое потрясение произошло в другом конце страны или в отдаленных от международного аэропорта городах, то это позволит туристам обойти волнения. Тем не менее, последствия влияния

---

<sup>51</sup> Ассоциация туроператоров // Европейский турбизнес обеспокоен влиянием политической обстановки на туризм URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/33544.html> (дата обращения 02.05.2017).

<sup>52</sup> MKRU // Россия оказалась в хвосте рейтинга самых безопасных стран мира URL: <http://www.mk.ru/social/2016/10/12/rossiya-okazalas-v-khvoste-reytinga-samykh-bezopasnykh-stran-mira.html> (дата обращения 22.11.2016).

<sup>53</sup> WORLD ECONOMIC FORUM / The Travel & Tourism Competitiveness. Report 2015. Growth through Shocks.

политических событий в значительной степени зависит от рекомендаций МИД, освещения в прессе и восприятия данного события людьми.

#### **2.4. Краткие выводы**

В данной главе были рассмотрены три политических фактора, оказывающих воздействие на международные туристические потоки, а именно: международное сотрудничество, государственная политика в области туризма и политическая обстановка. Что касается международного сотрудничества, то оно заключается в том, что деятельность стран в сфере туризма должна всячески освещаться с объективной стороны, а участие каждой страны в туристических мероприятиях (научно-практические всемирные конференции, выставки-ярмарки и другие мероприятия) основано на принципах добровольности, регулярности и доступности.

Если говорить о государственной политике в области туризма, то от того, насколько оптимально и эффективно она построена и реализована, зависят роль и место конкретного государства на рынке международного туризма. Туристическую политику принято рассматривать как национальную (мероприятия, носящие локальный характер и определяемые государством самостоятельно) и международную (конвенциональные воздействия и мероприятия, которые страна осуществляет согласованно с одним или несколькими государствами). Государственная политика в области туризма может проявляться в защите туристов и их свободного перемещения, гармонизации правил деятельности в индустрии туризма и региональном развитии туризма. Таким образом, государство играет важную роль в системе туризма, обеспечивая общественно значимые интересы, как в рамках национальной территории, так и на международном уровне посредством проведения туристической политики. Ее осуществление достигается выполнением ряда функций, направленных на все элементы системы туризма, реализация которых возлагается на носителей туристической политики, в качестве которых, как правило, выступают органы управления туризмом. Они занимаются глобальными вопросами государственного управления: нормативно-правовой базой, сбором и обработкой статистической информации, координацией деятельности туристических предприятий и регионов, международным сотрудничеством на межгосударственном уровне, а также вопросами,

связанными с маркетингом национального туристского продукта, направленного на формирование привлекательного имиджа страны и продвижение его на внешних рынках.

Говоря о политической обстановке в целом в мире и в отдельных государствах, то в регионах, где существуют конфликты между областями или где существуют разногласия с другими странами, имеют ограниченные возможности для привлечения туристических потоков. В некоторых случаях, нестабильность в одной стране, может оказать влияние на отрасль туризма соседних стран или же наоборот может быть оказано положительное влияние на соседние направления, когда туристы начинают посещать их в качестве альтернативы. Представленные в главе примеры указывают на то, что данный фактор оказывает огромное влияние на привлекательность места назначения и частоту путешествий. Но иногда бывают и такие случаи, когда привлекательность назначения выше, чем уровень риска. Политические потрясения могут и не оказать большого влияния на международные туристические потоки, многое зависит от самого государства, в котором произошло происшествие, т. е. важны его дальнейшие действия по урегулированию ситуации возможного отрицательного влияния на туристическую сферу, а также освещения в прессе данного события и восприятия его людьми.

### **Глава 3. Влияние политических факторов на международные туристические потоки в Российской Федерации (по материалам эмпирического исследования)**

#### **3.1. Современное состояние международных туристических потоков, направленных в Российскую Федерацию и из нее**

В начале данной главы необходимо привести основные статистические данные, которые могут представить общую картину современного международного туризма в Российской Федерации. Для начала представим данные по въездному, а затем по выездному международному туризму.

По данным Росстата въезд иностранных туристов в Россию в 2016 г. составил 24,6 млн поездок (в сравнении – в 2015 г. 26,9 млн. поездок).

Таблица 4. Выезд российских туристов за рубеж<sup>54</sup>

<b>год</b>	<b>Поездки (млн)</b>
2014	25,4
2015	26,9
2016	24,6

Страны-лидеры по турпотоку в Россию в 2016 году – Украина (8,6 млн поездок), Казахстан (3,6 млн поездок) и Финляндия (1,3 млн поездок).

Таблица 5. Страны-лидеры по турпотоку в Россию, 2016 г.<sup>55</sup>

<b>страна</b>	<b>Поездки в Россию (млн)</b>
Украина	8,6
Казахстан	3,6
Финляндия	1,3

<sup>54</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДКОВ URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

<sup>55</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДКОВ URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

Рост турпотока в Россию в 2016 году в сравнении с 2015 годом произошел из Китая (на 167 тыс. поездок), Монголии (на 144 тыс. поездок) и Эстонии (на 57 тыс. поездок).

Таблица 6. Рост турпотока в Россию, 2016 г. в сравнении с 2015 г.<sup>56</sup>

страна	Поездки в Россию (тыс.)
Китай	167
Монголия	144
Эстония	57

Снижение турпотока в Россию в 2016 году в сравнении с 2015 годом произошло из таких стран, как Казахстан (на 1147 тыс. поездок), Польша (на 708 тыс. поездок) и Украина (на 343 тыс. поездок).

Таблица 7. Снижение турпотока в Россию, 2016 г. в сравнении с 2015 г.

страна	Поездки в Россию (тыс.)
Казахстан	1147
Польша	708
Украина	343

Выезд российских туристов за рубеж с 2014 года на момент 2016 года снизился на 26% (с 42,9 на 31,7 млн поездок).

Таблица 8. Выезд российских туристов за рубеж<sup>57</sup>

год	Количество поездок (млн)
2014	42,9
2015	34,4

<sup>56</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

<sup>57</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

2016	31,7
------	------

В 2016 году российские туристы посещали чаще всего Абхазию (4,3 млн поездок), Финляндию (2,9 млн поездок), Казахстан (2,8 млн поездок) и Украину (1,8 млн поездок).

Таблица 9. Какие страны российские туристы посещали чаще всего, 2016 г.<sup>58</sup>

страна	Количество поездок (млн)
Абхазия	4,3
Финляндия	2,9
Казахстан	2,8
Украина	1,8

Российские туристы в 2016 году по сравнению с 2015 годом стали реже ездить в Турцию (на 2663 тыс. поездок), Казахстан (на 276 тыс. поездок), Польшу (на 218 тыс. поездок) и Финляндию (на 172 тыс. поездок).

Таблица 10. Куда российские туристы стали ездить реже, 2016 г. в сравнении с 2015 г.<sup>59</sup>

страна	Количество поездок (тыс.)
Турция	2663
Казахстан	276
Польша	218

<sup>58</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

<sup>59</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).



Финляндия	172
-----------	-----

Российские туристы стали ездить чаще в 2016 году по сравнению с 2015 годом в Тунис (на 575 тыс. поездок), Абхазию (на 433 тыс. поездок), Китай (на 392 тыс. поездок) и Кипр (на 262 тыс. поездок).

Таблица 11. Куда российские туристы стали ездить чаще, 2016 г. в сравнении с 2015 г.<sup>60</sup>

страна	Количество поездок (тыс.)
Тунис	575
Абхазия	433
Китай	392
Кипр	262

После приведения статистических данных, хотелось бы остановиться на государственной политике в области туризма Российской Федерации. Ее принципы определяются Законом о туристской деятельности. Государственное регулирование туризма осуществляется, как правило, путем создания соответствующей законодательной и нормативной правовой базы, обеспечивающей эффективное функционирование туристического рынка, доступ к ресурсам и их использование в целях туризма, соблюдение и защиту прав и интересов субъектов системы туризма и туристов, установление правил въезда, выезда и пребывания на территории страны с учетом интересов развития туризма. Кроме того, Законом о туристской деятельности (ст. 4) определено, что государственное регулирование туризма в Российской Федерации осуществляется путем<sup>61</sup>:

- определения приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
- разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;

<sup>60</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

<sup>61</sup> Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» // Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (действующая редакция, 2016) URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (дата обращения 01.12.2016).

- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристических рынках;
- защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности;
- содействия кадровому обеспечению в сфере туризма;
- развития научных исследований в сфере туризма;
- стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;
- формирования и ведения единого федерального реестра туроператоров (далее также - реестр);
- информационного обеспечения туризма;
- создания благоприятных условий для развития туристской индустрии;
- оказания государственных услуг в сфере туризма;
- взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма.

Государственной поддержкой туризма в России занимаются несколько органов власти: Министерство культуры РФ, Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. На региональном уровне туризм, например, в Ростовской области поддерживается и регулируется Департаментом инвестиций и предпринимательства, а также Межведомственным координационным советом по туризму. В туристической индустрии России на сегодняшний день действует ряд региональных (национальных) организаций: Российский союз туристической индустрии (РСТ), Ассоциация туроператоров (АТОР); Российская гостиничная ассоциация (РГА); Федерация рестораторов и отельеров (ФРиО); Ассоциация агентств воздушного транспорта (ААВТ); Российская ассоциация социального туризма (РАСТ); Ассоциация делового туризма (RBTA); Гильдия журналистов, пишущих о туризме (UJETRus); Ассоциация содействия туристским технологиям (АСТТ)<sup>62</sup>.

---

<sup>62</sup> Толстых К.С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма // ВЕСТНИК КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ АКАДЕМИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ. СЕРИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ. 2014. №13. С. 43-48.

Так, в установлении конструктивного сотрудничества между частным бизнесом и органами государственной власти важную роль играют общественные неправительственные организации (ассоциации, союзы, объединения) туристических агентств, туроператоров, перевозчиков, гостиниц, ресторанов. Такие организации функционируют как на национальном, так и на региональном уровнях. Одной из наиболее авторитетных структур является Российский союз туристской индустрии (РСТ). Он первоначально был создан как ассоциация туристических агентств. В настоящее время в РСТ входят крупные туроператоры, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, страховые компании, рекламные агентства. Являясь некоммерческой организацией, РСТ защищает корпоративные интересы своих членов и права потребителей. Важнейшей задачей его функционирования считается формирование в стране туристского рынка и содействие развитию отечественной туристской индустрии на федеральном и региональном уровнях.

Так, Северо-Западное региональное отделение РСТ является наиболее крупным и динамично развивающимся региональным отделением Союза. СЗРО РСТ реализует ряд крупных отраслевых проектов, выступает организатором туристических выставок, конференций и семинаров, предлагает образовательные программы для сотрудников предприятий индустрии туризма.

СЗРО РСТ занимаются защитой интересов и продвижения членов СЗРО РСТ, маркетинговой деятельностью по созданию туристической привлекательности Северо-Западного региона и его продвижению на целевых рынках, проектируют, разрабатывают содержание и организуют региональные и международные мероприятия – форумы, туристические выставки, workshop, конференции, семинары, круглые столы, ознакомительные и рекламные поездки и др., также занимаются деятельностью по совершенствованию статистического и экономического учета в туризме, исследованиями, аналитикой и консалтинговой деятельностью, совершенствуют туристскую инфраструктуру и содействуют в привлечении инвестиций для ее развития <sup>63</sup>.

Кроме этого, Северо-Западное региональное отделение РСТ являлось разработчиком принятого Правительством Ленинградской области закона “О туристской деятельности на территории Ленинградской области”, впервые предусмотревшего комплексную систему налоговых льгот для турфирм и предприятий Ленинградской области, а также разработчиком проекта Закона “О государственной поддержке туристской деятельности в Санкт-Петербурге”, одним из разработчиков

---

<sup>63</sup> СЕВЕРО-ЗАПАДНОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РСТ. Основные направления деятельности. // URL: <http://www.rstnw.ru/> (дата обращения: 12.05.2016 г.)

Стратегического плана для Санкт-Петербурга (раздел “Туризм”), Программы “Основные направления деятельности Администрации Санкт-Петербурга по поддержке развития туристской отрасли в Санкт-Петербурге на 1999-2003 гг.”.

РСТ является одним из организаторов международных туристических выставок “Intourfest”, “Inwetex C.I.S. Travel market”, “Отдых без границ”, ежегодно проводимых в Санкт-Петербурге.

Национальной туристической администрацией в Российской Федерации является федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма, в качестве которого выступает с мая 2012 г. в структуре Министерства культуры РФ Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)<sup>64</sup>. Оно обеспечивает в пределах своих полномочий функции по проведению государственной политики, нормативному правовому регулированию, оказанию государственных услуги управлению государственным имуществом в сфере туризма. Стоит уточнить, что если говорить, о руководстве и координации туристкой деятельности на уровне субъектов Федерации, то они осуществляются комитетами (департаментами, отделами) по туризму в составе их администраций.

Федеральное агентство по туризму выполняет следующие функции:

- реализует приоритетные направления государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации, осуществляет формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров;
- информирует в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания;
- осуществляет продвижение туристического продукта на внутреннем и мировом туристических рынках;
- в установленном законодательством Российской Федерации порядке размещает заказы и заключает государственные контракты, а также иные гражданско-правовые договоры на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг, проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ для государственных нужд в установленной сфере деятельности, а также для обеспечения нужд Агентства;

---

<sup>64</sup> Российская газета RG.RU // Указ Президента Российской Федерации от 21 мая 2012 г. N 636 "О структуре федеральных органов исполнительной власти" URL: <https://rg.ru/2012/05/22/struktura-dok.html> (дата обращения 01.12.2016).

- осуществляет в порядке и пределах, определенных федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, полномочия собственника в отношении федерального имущества, необходимого для обеспечения исполнения функций федерального органа государственной власти в установленной пунктом 1 настоящего Положения сфере деятельности, в том числе имущества, переданного федеральным государственным учреждениям и федеральным государственным унитарным предприятиям, подведомственным Агентству;
- осуществляет экономический анализ деятельности подведомственных государственных унитарных предприятий и утверждает экономические показатели их деятельности, проводит в подведомственных организациях проверки финансово-хозяйственной деятельности и использования имущественного комплекса;
- осуществляет функции государственного заказчика федеральных целевых, научно-технических и инновационных программ и проектов в установленной сфере деятельности;
- взаимодействует в установленном порядке с органами государственной власти иностранных государств и международными организациями, включая представление по поручению Правительства Российской Федерации, Министерства культуры Российской Федерации интересов Российской Федерации в международных организациях в установленной сфере деятельности;
- создает представительства за пределами Российской Федерации в сфере туризма. Порядок их создания, деятельности и ликвидации определяется Правительством Российской Федерации в соответствии с международными договорами Российской Федерации;
- организует прием граждан, обеспечивает своевременное и полное рассмотрение устных и письменных обращений граждан, принятие по ним решений и направление заявителям ответов в установленный законодательством Российской Федерации срок;
- обеспечивает в пределах своей компетенции защиту сведений, составляющих государственную тайну;
- обеспечивает мобилизационную подготовку Агентства, а также контроль и координацию деятельности подведомственных организаций по их мобилизационной подготовке;

- осуществляет организацию и ведение гражданской обороны в Агентстве;
- организует дополнительное профессиональное образование работников Агентства;
- осуществляет в соответствии с законодательством Российской Федерации работу по комплектованию, хранению, учету и использованию архивных документов, образовавшихся в процессе деятельности Агентства;
- организует конгрессы, конференции, семинары, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности;
- реализует меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на их развитие, включая выполнение соответствующих ведомственных целевых программ, в установленной сфере деятельности;
- по заявлению туроператора, сведения о котором внесены в единый федеральный реестр туроператоров, выдает свидетельство о внесении сведений о туроператоре в указанный реестр;
- осуществляет иные функции по управлению государственным имуществом и оказанию государственных услуг в установленной сфере деятельности, если такие функции предусмотрены федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации;
- осуществляет функции главного распорядителя и получателя средств федерального бюджета, предусмотренных на содержание Агентства и реализацию возложенных на него функций<sup>65</sup>.

Стоит сказать и о документах, существующих в России, которые представляют собой комплекс мер для развития и регулирования туризма. Так, например, для улучшения ситуации в сфере туризма со стороны государства была разработана Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», направленная на развитие туристического комплекса, создание конкурентоспособного рынка туристических услуг на территории России. Она входит в государственную программу «Развитие культуры и туризма»

---

<sup>65</sup> Официальный сайт Федерального агентства по туризму // Положение о Федеральном агентстве по туризму URL: [http://www.russiatourism.ru/contents/ob\\_agentstve/Regulation\\_of\\_the\\_Russiatourism/](http://www.russiatourism.ru/contents/ob_agentstve/Regulation_of_the_Russiatourism/) (дата обращения 01.12.2016).

на 2013–2020 годы, которая в свою очередь относится к программам Нового качества жизни, которые влияют на качественное развитие отраслей, ориентированных на человека, включающее развитие здравоохранения, образования, поддержку семьи и улучшению качества жизни социально-незащищенных групп. Также, что касается туризма, в нее входит подпрограмма «Туризм».

Основная цель и задачи данной государственной программы «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы в рамках туризма, состоят в повышении качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма, а также в создании благоприятных условий для устойчивого развития сферы туризма. Кроме этого, в программе выделяются такие проблемы в туризме, как сложность визового режима, низкий уровень российской туристской инфраструктуры и недостаток внешних и внутренних инвестиций в отечественный туризм<sup>66</sup>.

Функция планирования своё конкретное выражение находит в программах развития туризма (национальных, региональных, местных), о которых говорилось ранее, а также в стратегиях, поэтому очень важно упомянуть о таком документе, как Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Она была утверждена Ростуризмом приказом от 31 мая 2014 г. № 941-р в соответствии с Поручением Правительства РФ. На ней мы остановимся более подробно, так как в ней очень подробно описывается ситуация, в которой находится международный туризм в Российской Федерации.

Проводя анализ Стратегии можно сказать, что она представляет собой взаимосвязанную по своим задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность целевых программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического и политико-дипломатического характера, обеспечивающую эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в стране<sup>67</sup>.

Стратегия включает в себя такие разделы:

- Общие положения;
- Современное состояние и тенденции развития туризма в мире;

---

<sup>66</sup> Портал госпрограмм РФ // "РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА" НА 2013 - 2020 ГОДЫ URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/11> (дата обращения 01.12.2016).

<sup>67</sup> Российская газета RG.RU // Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. N 941-р г. Москва "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года" URL: <https://rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html> (дата обращения 01.12.2016).

- Существующее состояние сферы туризма в Российской Федерации;
- Цель, задачи и стратегические ориентиры развития туризма в Российской Федерации;
- Основные направления и механизмы решения задач развития туризма;
- Оценка рисков и пути их преодоления.

Необходимо выделить некоторые аспекты, входящие в данные разделы, которые важны в рамках нашей проблемы. И при рассмотрении международного туризма, в первую очередь очень важно сказать о современном состоянии и тенденциях развития туризма в мире. В оценках Всемирной туристской организации при ООН принято, что мир географически делится на укрупненные регионы и субрегионы. В соответствии с данной классификацией Российская Федерация входит в состав групп стран Центральной и Восточной Европы. Что касается положения Российской Федерации на рынке международного туризма, то в 2012 году Россия вошла в 10 стран-лидеров по количеству прибытий иностранных граждан, заявив серьезный темп роста этого показателя (13 процентов). Так, в 2012 году на страну приходилось 4,8 процента всего туристического потока в мире. При этом граждане Российской Федерации формируют активный выездной туристический поток. В 2012 году Россия заняла 5-е место по расходам туристов. По данным Всемирной туристской организации при ООН, в Российской Федерации рост числа прибытий иностранных граждан в 2010 году составил 4,4 процента, в 2011 году - 11,9 процента, в 2012 году - 13 процентов.

Таблица 12. Рост числа прибытий иностранных граждан в Российскую Федерацию<sup>68</sup>

год	Рост числа прибытий (%)
2010	4,4
2011	11,9
2012	13

При этом объем поступлений от туризма соответственно в 2010 году составил 8,83 млрд. долл. США, в 2011 году - 11,328 млрд. долл. США и в 2012 году - 10,759 млрд. долл. США. Снижение

<sup>68</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).



доходов в 2012 году по сравнению с 2011 годом при явном росте туристического потока является опасным фактором, который говорит о недостаточно эффективном использовании экономикой страны благоприятных тенденций.

Таблица 13. Объем поступлений от туризма

год	Поступления (млрд долл. США)
2010	8,83
2011	11,328
2012	10,759

При этом Российская Федерация является страной, показавшей внушительный рост расходов граждан на туризм за рубежом в последние годы (на 30 процентов в 2012 году). В то время как рост расходов стран - традиционных источников туристского потока можно назвать умеренным и медленным (США 7 процентов, Германия и Канада 6 процентов, Великобритания 4 процента, Австралия 3 процента и Япония 2 процента), Франция и Италия показали снижение расходов на международный туризм. Все это говорит об усилении ценовой конкуренции на рынке международного туризма и грядущей переориентации на иные источники потребительского спроса.

Таблица 14. Рост расходов граждан на туризм за рубежом

страна	Рост расходов (%)
Россия	30
США	7
Германия	6
Канада	6
Великобритания	4
Австралия	3
Япония	2

Кроме этого, в данном разделе Стратегии указаны основные возможности и угрозы для развития международного туризма. Так, говоря об угрозах, в Стратегии выделяется, что в результате

роста политической нестабильности в мире многие страны Ближнего Востока перестали быть привлекательной туристической дестинацией, в том числе и для россиян. Тем самым, усиливаются угрозы безопасности туристов на ставших для россиян традиционными направлениях массового туризма в результате действия политических факторов внешней среды. Что касается возможностей для развития международного туризма, то произошел рост количества туристических поездок жителей из стран с неустойчивой политической обстановкой, что предоставило возможность для усиления конкурентоспособности российского турпродукта на внутреннем и международном туристических рынках. Кроме этого, в Стратегии отмечается, что туризм стал существенной потребностью современного человека, от которой опытный путешественник не может отказаться даже в результате влияния экономических или политических угроз. В связи с данным замечанием, необходимо привести пример того, почему политические угрозы могут и не оказать отрицательного влияния на туристический поток. С 25 по 29 января 2016 г. в Санкт-Петербурге проходила Межрегиональная деловая неделя импортозамещения в области туризма «Россия – территория путешествий», и на ее открытии эксперты говорили о проблемах внутреннего туризма в России, и почему люди, несмотря на сегодняшнюю политическую и экономическую обстановку, продолжают выезжать за рубеж. Говоря об этом, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Скорый Роман Петрович отмечал то, что «закрепился основной перелом в направлении развития туристического рынка Российской Федерации, приоритетом стал въездной и внутренний туризм». Он выделяет ряд серьезных потрясений, которые пережила туристическая отрасль, это «банкротство практически двадцати двух туроператоров, в том числе в сегменте выездного туризма; уход с рынка большой авиакомпании, второй авиакомпании в нашей стране - Трансаэро; приостановка авиасообщения с Египтом после террористического акта в небе над Синайским полуостровом; приостановка туристических обменов с Турцией в связи с нарастающей террористической угрозой». Все это естественно влияет на выездной поток россиян. Так получается, что люди начинают реже выезжать за рубеж. Но при этом изменения внешнеполитических курсов России, связанные с санкциями и нестабильностью, не могут заставить россиян поменять свои привычки, выработанные за последние 15 лет. Для большинства российских туристов, несомненно, одной из важных характеристик является стоимость, в которую им обойдется путешествие, и как показывает практика, более привлекательными по данному критерию для них остаются зарубежные страны. Кроме этого, для туриста не менее

важен сервис, но существует несоответствие цены и качества обслуживания, что не может ни отталкивать россиян от отечественных курортов.

Далее необходимо выделить такой раздел, как существующее состояние сферы туризма в Российской Федерации, в котором отмечается, что за последние годы состав 10 самых популярных направлений выезда россиян остается неизменным, но на него в какой-то мере оказывают влияние политические факторы. Так, например, динамика туристического потока из России в Египет ухудшается в результате политических катаклизмов, беспорядки значительно сокращают количество россиян, готовых поехать в эту страну на отдых. Тунис несколько лет активно восстанавливал туристический поток, однако также пострадал в результате политической нестабильности. Но есть и позитивные сдвиги, которые указываются в Стратегии, так, например, рост международных туристических потоков в Испанию произошел за счет лояльной визовой политики.

Если говорить о въездном туризме, как о составной части международного, то наибольший рост показателя въезда в Россию с туристическими целями показал Китай. В связи с тем, что в Китайской Народной Республике проводился год российского туризма, а в Российской Федерации год китайского туризма (2012-2013 гг.) рост туристического потока из Китая составил 47 процентов. Необходимо отметить, что произошел рост въезда турецких граждан на 25 процентов как ответный отклик на упрощение визовых формальностей. Отмена виз для туристов из Таиланда и Турции дала положительные результаты. Если раньше граждане Турции ехали в Россию в основном в составе корпоративных групп, то сейчас растет количество индивидуальных поездок на выходные дни в Москву, Санкт-Петербург и Казань на различные культурные события. Из основных проблем, касающихся развития международного въездного туризма, в настоящий момент является политическая нестабильность в Украине, которая приводит к потере туристического потока с территории Украины на территорию Республики Крым и г. Севастополя. Упомянув о въездном туризме, как об одной из двух составляющих международного туризма, стоит сказать об условиях его развития в Российской Федерации. Реализуется такой комплекс мероприятий, как оптимизация работы пунктов пропуска через государственную границу, развитие портового хозяйства и малой авиации, создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа, стимулирование предпринимательской активности в сфере туризма, развитие социального туризма, создание инфраструктуры размещения и сервисов, ориентированных на обслуживание транзитных туристических потоков, формирование системы подготовки кадров в сфере туризма на базе средних специальных и высших

учебных заведений Дальнего Востока и Байкальского региона с особым вниманием к подготовке обслуживающего персонала, активная рекламно-информационная и имиджевая политика, а также проведение мероприятий по снижению существующей экологической нагрузки на природную среду.

Очень важен для нас такой раздел Стратегии, как Оценка рисков и пути их преодоления. Выполнение мероприятий Стратегии связано с угрозой возникновения рисков, способных снизить показатели результативности Стратегии. Такие риски могут возникнуть, в том числе в сфере геополитики, международных отношений и администрирования. Геополитические риски могут проявиться в случае потери стабильности и усложнения политической ситуации как в Российской Федерации, так и в мире. Такой вид рисков в значительной мере может изменить современные тенденции на международном и внутреннем рынках туризма. На сегодняшний момент на международные туристические потоки сильнейшее влияние оказывают санкции, повлекшие за собой прямые и косвенные запреты на выезд за рубеж работникам силовых структур и компаний, руководители которых попали под санкции. В середине апреля Министерство иностранных дел России выступило с рекомендациями для всех россиян воздержаться от поездок в США и страны, заключившие с ними договор о взаимной выдаче. В общей сложности туристам не советовалось посещать более 100 стран. В их число попали почти все популярные курортные направления и страны Европы. Несмотря на то, что директива Министерства иностранных дел носила исключительно рекомендательный характер, прямой запрет на выезд за границу вскоре получили работники силовых ведомств. В частности, выезд был ограничен для руководителей всех уровней Министерства внутренних дел (далее – МВД). Следом в такой же ситуации оказались сотрудники Федеральной службы охраны, Министерства РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (далее – МЧС) и Федеральной службы РФ по контролю за оборотом наркотиков (сотрудникам Федеральной службы безопасности выезд за рубеж запрещен ещё с 2011 г.). Существует несколько версий причин запрета выезжать за границу отдельным категориям граждан: европейские санкции, политическая нестабильность страны на мировом уровне, как следствие, опасение за безопасность россиян за рубежом, обострение украинского конфликта рядом с границей России, желание сохранить государственные и военные тайны, носителями которых являются мно-

гие сотрудники указанных ведомств<sup>69</sup>. Если говорить о санкциях США, ЕС и других стран, введенных в 2014 г. против РФ, то в результате этого произошло незначительное сокращение интереса к отдыху в России со стороны стран ЕС и США. Но при этом сократились туристические потоки из России в Европу, увеличились риски реализации совместных инвестиционных проектов в индустрии туризма. По сообщению австрийской газеты DiePresse, вследствие санкций со стороны ЕС российские туристы стали чувствовать себя в Европе нежеланными гостями и поэтому предпочитают отдыхать в России. Прежде всего, значительный отток российских туристов почувствовали такие европейские страны, как Финляндия, Греция, Австрия<sup>70</sup>.

Геополитическая ситуация в мире стала одним из ключевых факторов формирования туристических потоков. Геополитика связана с проблемами освоения географического пространства. В процессе политических взаимодействий между различными государствами происходит прямое или косвенное влияние на состояние мировой индустрии туризма. Индустрия туризма выступает важной отраслью мировой и национальной экономики. Как феномен глобального масштаба, туризм все более зависит от геополитики. Туризм сегодня приобретает характер глобального и геополитически значимого явления. Универсальность, широкая распространенность, возрастающая значимость этого явления связана не только с изменившимся характером современного общества, но с самой онтологической природой туризма как социокультурного и геополитического феномена. Таким образом, можно говорить о том, что влияние геополитических факторов и их последствий на индустрию мирового туризма является неоспоримо важным, учитывая произошедшие события, начиная с 2014 года, среди которых:

- последствия украинского кризиса, приведшие к вхождению Крыма в состав Российской Федерации и образованию непризнанных Донецкой и Луганской народных республик (ДНР и ЛНР);
- активизация террористических группировок и проведение ряда террористических атак, среди которых серия крупнейших спланированных терактов во Франции (ноябрь 2015 года), приведшая к сокращению числа туристов.

---

<sup>69</sup> Толстых К.С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма // ВЕСТНИК КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ АКАДЕМИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ. СЕРИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ. 2014. №13. С. 43-48.

<sup>70</sup> Миронова И.А., Черкашнев Р.Ю., Разем Р.А. Факторы нестабильности, приводящие к диспропорциям спроса и предложения на российском туристическом рынке // XXI ДЕРЖАВИНСКИЕ ЧТЕНИЯ Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина. 2016. С. 291-299.

- обмен торгово-экономическими санкциями между Россией и странами Запада;
- миграционный поток из стран Ближнего Востока и Африки;
- негативная политико-экономическая ситуация, сложившаяся в России и в её взаимоотношениях с мировым сообществом.

Перечисленные события существенно повлияли на развитие туризма, что свидетельствует о значимости геополитического фактора в развитии современной индустрии туризма<sup>71</sup>.

В свете международных санкций страны Европы заявляют об уменьшении числа туристов из России, срыве туристического сезона и прочих признаках туристического кризиса. Однако, по данным Министерства культуры, объем выездного туризма в России снизился только на 4-5 %. В целом же наблюдается определенный спад на скандинавском направлении, в числе причин которого автор выделяет нестабильную общеполитическую ситуацию. Кроме этого, введение процедуры обязательной дактилоскопии для российских туристов при выдаче Шенгенских виз, грядущее повышение госпошлин за оформление загранпаспортов – все это ограничивает активность на российском туристском рынке. Вторая половина 2014 г. обозначила явную тенденцию перераспределения спроса с европейских направлений на безвизовые курорты Турции и Египта (+20–25 %), представляющие самый низкий ценовой сегмент. Люди, ранее позволявшие себе, например, поездки в Италию, в режиме экономии выбирали поездки в Анталью или на египетские курорты Красного моря. Таким образом, в случае затяжного конфликта с западными странами (продления санкций против России), следует ожидать продолжающийся спад на рынке выездного туризма<sup>72</sup>.

Туризм чрезвычайно чувствителен к неблагоприятным последствиям, связанным с ухудшением политической обстановки в стране или регионе страны. Стратегические мероприятия не смогут быть реализованы в полной мере вследствие геополитических рисков, которые резко снижают туристический поток.

Итак, рассмотрев общую картину состояния международного туризма в Российской Федерации, нам удалось выделить определенные тенденции политических факторов в туристической сфе-

---

<sup>71</sup>Мусалтина М.С. Новейшая история геополитики туризма // УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ ОРЛОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ. 2016. № 71. С. 33-36.

<sup>72</sup>Гордеева О.И., Зюляев Н.А. Влияние политики на въездной и выездной туристические потоки // Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием Поволжского государственного технологического университета. 2015. С. 95-98.

ре. Далее необходимо перейти к следующей главе, в которой с помощью метода контент-анализа станет возможным изучить оказанное влияние на международные туристические потоки каждого политического фактора, представленного в работе, а именно государственной политики в области туризма, международного сотрудничества и политической обстановки.

### **3.2. Эмпирико-социологическое исследование влияния политических факторов на международные туристические потоки**

#### **Описание программы социологического исследования**

Теоретическая часть работы показала, что туризм, являясь сложной социально-экономической системой, подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия. Учет факторов является необходимым условием для организации эффективной туристической политики. Это объясняется тем, что наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и страны в мировом туризме, и наоборот, нежелательные факторы снижают туристический поток.

В связи с этим возникает такая проблема, которая сформулирована в программе данного социологического исследования (см. Приложение 1), а именно выявление политических факторов и их влияния на международные туристические потоки.

Для того чтобы попытаться решить данную проблему, необходимо изучить влияние политических факторов на международные туристические потоки. Для того чтобы достичь данной цели, были проведены 2 эмпирических исследования. Первое из них — изучение публикаций о туризме с использованием метода контент-анализа. Второе — опрос респондентов в форме анкетирования.

Для первого эмпирического исследования был выбран такой объект исследования, как статьи из электронной версии ежедневной аналитической газеты «РБК», включающие в себя информацию по международному туризму, а предметом исследования соответственно стали политические факторы, оказывающие влияние на международные туристические потоки.

Предварительный анализ данных о туристической активности россиян позволяют высказать следующую гипотезу: количество выезжающих за рубеж туристов зависит от политических факто-

ров. При этом наиболее важным фактором является политика государства в области туризма, а наименее значимым — политическая обстановка.

С помощью эмпирического социологического исследования, можно найти подтверждение тому, действительно ли государственная политика в области туризма влияет на международные туристические потоки, оказывает ли политическая обстановка влияние на международные туристические потоки. Кроме этого, можно будет подтвердить или опровергнуть тот факт, что международное сотрудничество стран в редких случаях может положительно повлиять на развитие международного туризма, а количество выезжающих за рубеж туристов может увеличиваться при наличии политической нестабильности. Впоследствии данные гипотезы помогут сделать определенные выводы о том, какое все-таки влияние оказывают политические факторы на международные туристические потоки.

Итак, в рамках данного социологического исследования важно определить, в какие страны международный поток российских туристов уменьшился, а в какие — увеличился, и как на это повлияли выделенные политические факторы. Кроме этого, необходимо изучить влияние каждого политического фактора в отдельности. Очень важно оценить влияние (положительное, нейтральное, негативное) политических факторов на международные туристические потоки. И, наконец, самая главная задача состоит в том, чтобы выявить зависимость влияния политического фактора и количества выезжающих туристов.

Основным методом сбора информации в данном социологическом исследовании является метод контент-анализа. Для него выбрана российская газета «РБК», имеющая электронную версию в сети Интернет. Обоснование выбора именно этой газеты состоит в том, что, во-первых, архивы электронной версии, содержащие полные тексты ранее вышедших номеров, свободно доступны. Во-вторых, на основе данных информационно-аналитической системы Медиалогия за октябрь 2016 г., электронная версия данной газеты входит в топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов и находится в нем на третьем месте<sup>73</sup>. И, в-третьих, данная газета специализируется на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики, на информации о бизнесе, основываясь на информации, полученной «из первых рук». Кроме того, как утверждает главный редактор газеты «РБК», что они анализируют экономику и общественно-политические события, происходящие в стране и в мире не только отвечая на вопрос «Что произошло?», но и на вопросы «Почему это про-

---

<sup>73</sup> Медиалогия // Рейтинги СМИ URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media) (дата обращения 20.12.2016)



изошло?» и «Какие у этого события могут быть последствия?», т. е. рассказывают, как это может повлиять на повседневную жизнь читателей<sup>74</sup>.

Ежедневная аналитическая газета «РБК» специализируется на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики и ведущих компаниях страны, основываясь на реальной и объективной информации. Главный редактор — Пётр Кирьян. Газета является лидером среди Интернет-проектов, освещающих бизнес-проблематику - ее читателями ежедневно являются 80-110 тысяч Интернет-пользователей. Бумажная версия издания выходит пять дней в неделю общим тиражом 80 тыс. экземпляров. Интернет-направление РБК было основано в 1995 году с создания портала деловых новостей [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru). В настоящее время портал «РБК» занимает позицию лидера среди деловых ресурсов российского интернета. Аудитория [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) в сентябре 2014 года составила 12,5 млн. пользователей.

В качестве единиц контент-аналитического исследования выступают 3548 статьи, которые посвящены событиям в туризме, размещенные на электронном сайте «РБК» в период с 1 июля 2014 г. по 31 декабря 2016 г. Такой временной период выбран по причине анализа изменений количества поездок граждан РФ и иностранных граждан с целью туризма за 9 месяцев 2016 г. по сравнению с аналогичным показателем за 2015 г. По данным Ростуризма были определены страны дальнего зарубежья, в которые количество поездок граждан РФ с целью туризма за 9 месяцев 2016 г. изменилось по сравнению с аналогичным показателем за 2015 г., а также подобные показатели по въездному туризму. В связи с этим необходимо использовать эти данные, для того чтобы было возможно оценить действительно ли политические факторы могут повлиять на туристические поездки. Так, генеральная совокупность была определена с помощью строки поиска на сайте электронной газеты, в нее было введено ключевое слово «туризм». Кроме этого, в функционал сайта входила возможность определить временные рамки, в которые издавались статьи. В выборку вошли те статьи, которые содержат в себе определенные индикаторы, выделенные после их прочтения.

В ходе теоретического рассмотрения данной проблемы, стало возможным выделить единицы измерения. Политические факторы выявлены таким образом: международное сотрудничество государств — через такие единицы измерения, как участие в туристических мероприятиях и встречи представителей государств; государственная политика в области туризма принимающей стороны и РФ — с помощью таких единиц измерений, как правовые условия, экономические условия, а также

---

<sup>74</sup> Газета РБК // О проекте URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/about/> (дата обращения 20.12.2016).

условия, связанные с транспортной доступностью; политическая обстановка — через такие единицы измерения, как политическая нестабильность в стране, геополитические отношения и терроризм.

Эмпирический опрос и использованием метода анкетирования позволил решить вторую задачу, а именно понять, каким образом политические факторы отражены в сознании россиян. Для проверки результатов теоретического исследования необходимо дополнительно изучить общественное мнение россиян по поводу выявленных в результате контент-анализа политических факторов. Поэтому следующий метод, используемый в данной работе — опрос граждан России в форме анкетирования «Влияние политических факторов на международный туризм» (См. Приложение 2). Он поможет подтвердить или опровергнуть гипотезы с помощью вопросов, которые были составлены на основе данных контент-анализа, а именно выявленных политических факторов и стран, которые были упомянуты в статьях электронной версии газеты «РБК» за период с января по апрель 2017 года, а также учебных пособий по прикладным исследованиям. Так, предварительно были изучены 339 статей газеты «РБК» на тему туризма, 41 из которых касались темы данного исследования. Таким образом, были отобраны представленные данные.

Таблица 15. Страны и темы, отобранные для анализа данных опроса

<b>страны</b>	<b>темы, упоминаемые в статьях</b>
Япония	сотрудничество, введение безвизового режима
Латвия	сотрудничество
Армения	сотрудничество
Китай	сотрудничество
Сербия	сотрудничество
Испания	сотрудничество
Финляндия	благоприятная обстановка
Турция	транспортная доступность, сотрудничество
Швеция	теракт
Абхазия	сотрудничество
Индия	облегчение визового режима
Греция	сотрудничество
Грузия	сотрудничество

Египет	транспортная доступность, сотрудничество
Франция	сотрудничество
Тунис	сотрудничество

Данный опрос состоит из пяти частей. Первый раздел «Международный туризм в жизни населения» необходим для того чтобы узнать о популярных для россиян туристических направлениях, а также о непривлекательных странах. Второй раздел «Факторы, оказывающие влияние на международный туризм» включает вопросы об интересе к туристическим мероприятиям (специализированные выставки, ярмарки и др.), о том, какие условия влияют на выбор страны для путешествия и для каких предложенных стран они актуальны, а также какие факторы для них особенно важны. Третий раздел «Осведомленность населения о событиях в мире» включает вопросы, в которых респонденты должны сказать о важных для них событиях и их мнения о том, нужно ли интересоваться событиями перед путешествием. Кроме того, перед респондентами стоит выбор источников информации, откуда они узнают о событиях, а также вопросы об Интернет-источниках. В четвертом разделе «Оценка населением выбора иностранных туристов, приезжающих в Россию» респонденты оценивают привлекательность России для зарубежных туристов, то есть этот раздел посвящен въездному туризму. В пятом разделе «Социально-демографические характеристики» респонденту необходимо указать свой пол, число лет, уровень образования и социальное положение.

Исследование проводилось в рамках Интернет-опроса. Опрос был запущен 1 мая 2016 г., дата окончания опроса – 15 мая 2016 г. Анкеты распространялись по различным группам и форумам в социальных сетях, в том числе специализированным на обсуждении различных туристических тем.

### **Процедура**

В строку поиска на сайте электронной версии газеты «РБК» было введено ключевое слово «туризм», а также был обозначен временной период, в который издавались статьи - 1 июля 2014 г. по 31 декабря 2016 г. Количество статей составило 3584 результатов. Затем необходимо было определиться с индикаторами (ключевые слова и словосочетания), которые помогут в отборе необходимых статей. Тем самым были выделены такие индикаторы: «революция», «договор», «рейсы», «демонстрация», «запрет», «международное право», «перевозчик», «волнения», «санкции», «лоукостер», «столкновение», «закон», «чартер», «беспорядки», «соглашение», «железнодорожное сообще-

шение», «война», «привлечение», «программа по развитию туризма», «виза», «теракт», «возобновление», «паспорт», «митинг», «въезд», «протест», «шенген», «переворот», «предупреждение», «налог», «конфликт», «регулирование», «биометрия», «конференция», «чрезвычайное положение», «выставка», «переговоры», «фестиваль», «сотрудничество», «форум», «год туризма». Далее статьи отбирались по индикаторам, в результате чего было выявлено 925 статей, которые содержали в себе данные слова и словосочетания. Разумеется, не все из них имели ту смысловую нагрузку, которая предполагалась в рамках предметного вопроса, поэтому был проведен очередной отбор с точки зрения содержания статей. Итак, выборка составила – 202 статьи.

Каждая статья содержит в себе определенный политический фактор, который определен с помощью единиц измерения, выделенных в программе (см. Приложение 1). Все три политических фактора (государственная туристическая программа, международное сотрудничество, политическая обстановка) будут оценены, как «положительный», «нейтральный» или «отрицательный». Кроме того, будет отмечен вид туризма, который отражается в статье (если есть такая информация). В рамках исследования нам интересен международный туризм, а именно въездной и выездной туризм. Также будет выделена страна, к которой относится определенный политический фактор, это необходимо для того чтобы можно было сопоставить изменение международного туристского потока в страны и имеющийся политический фактор. Итак, переменными для изучения нашего исследовательского вопроса являются «политический фактор», «оценка политического фактора», «вид туризма», «страна», а также впоследствии «изменение международного туристского потока».

Что касается анкетного опроса, то участниками данного пилотажного исследования стали жители России, общее количество которых составило 124 человека. В исследовании приняли участие 32 мужчины и 92 женщины. Возраст участников варьируется от 18 до 76 лет. Анкеты распространялись по различным группам и форумам в социальных сетях, в том числе специализированным на обсуждении различных туристических тем. Респонденты приняли участие в опросе добровольно и безвозмездно.

Участникам была предложена анкета для самостоятельного заполнения на компьютере. Анкета состоит из пяти частей:

- 1) Раздел «Международный туризм в жизни населения»
- 2) Раздел «Факторы, оказывающие влияние на международный туризм»
- 3) Раздел «Осведомленность населения о событиях в мире»

4) Раздел «Оценка населением выбора иностранных туристов, приезжающих в Россию»

5) Раздел «Социально-демографические характеристики»

Ссылка на анкету размещалась в группах в социальных сетях или на тематических форумах, где любой желающий мог ответить на данный опрос. Далее участник знакомился с информацией о проводимом исследовании, а также с инструкцией по заполнению анкеты. Время заполнения анкеты было не ограничено. После ответа на все вопросы анкеты участник нажимал кнопку «Готово», его ответы фиксировались и сохранялись.

## **Результаты**

В ходе исследования были получены следующие результаты.

В первую очередь стоит сказать о тематике статей, которые попали в выборку. Можно выделить такие из них:

- 56 статей о встречах представителей государств по поводу конкретно туристической деятельности или туризма в рамках экономического сотрудничества между странами
- 35 статей о каких-либо изменениях визовой политики государств, а также отдельных требований к паспортам
- 34 статьи об обстановке в странах, в том числе терактах, государственных переворотах, беспорядках
- 15 статей о проводимых выставках, фестивалях, форумах и конференциях, связанных с туристической сферой
- 13 статей о взаимоотношениях между странами, а именно внешнеполитической напряженности или потеплении отношений (геополитика)
- 12 статей, касающихся подписания соглашений о сотрудничестве в сфере туризма
- 8 статей об открытии новых рейсов, о чартерах и о запрете на авиасообщение
- 8 статей, относящихся к тематике санкций
- 4 статьи о законопроектах и постановлениях

- 3 статьи, связанные с налоговой политикой (налоговый сбор на въезд или выезд)

Таблица 16. Тематика статей, попавших в выборку

тематика	количество статей
встречи представителей государств по поводу конкретно туристической деятельности или туризма в рамках экономического сотрудничества между странами	56
изменения визовой политики государств, а также отдельных требований к паспортам	35
обстановка в странах, в том числе теракты, государственные перевороты, беспорядки	34
проводимые выставки, фестивали, форумы и конференции, связанные с туристической сферой	15
взаимоотношения между странами, а именно внешнеполитическая напряженность или потепление отношений (геополитика)	13
подписание соглашений о сотрудничестве в сфере туризма	12
открытие новых рейсов, чартеры и запрет на авиасообщение	8
санкции	8
законопроекты и постановления	4
налоговая политика (налоговый сбор на въезд или выезд)	3

Статьи посвящены въездному (35 статей) и выездному (116 статей) международному туризму.

Таблица 17. Виды международного туризма в статьях

вид международного туризма	количество статей
въездной	35
выездной	116

В 78 статьях можно выделить такой политический фактор, как международное сотрудничество, в 68 статьях – государственная политика в области туризма, в 56 статьях – политическая обстановка.

Таблица 18. Политические факторы, встречающиеся в статьях

<b>политический фактор</b>	<b>количество статей</b>
международное сотрудничество	78
государственная политика в области туризма	68
политическая обстановка	56

Всего в статьях упоминается 43 страны (табл. 19).

Таблица 19. Страны, упоминаемые в статьях

<b>Страна</b>	<b>Количество наблюдений</b>
Турция	46
Китай	22
Греция	13
Египет	10
Франция	6
Великобритания	4
ОАЭ	4
Таиланд	4
Тунис	4
Израиль	3
Япония	3
Венгрия	2
Грузия	2
Италия	2
Казахстан	2
Малайзия	2
Финляндия	2
Эстония	2
Абхазия	1
Армения	1
Болгария	1
Испания	1
Камбоджа	1
КНДР	1
Литва	1
Монако	1



Польша	1
США	1

Что касается наиболее выделяющихся субъектов (лиц, учреждений, организаций и т. д.), участвующих тем или иным образом в политической деятельности в рамках международного туризма, то можно увидеть, что в статьях наиболее часто встречаются такие лица, как президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин (16) и президент Республики Татарстан Рустам Нургалиевич Минниханов (18). В статьях упоминаются «власти» (17), Министерство туризма (9), правительство (8), посольства (6) и консульства (5) отдельных государств, а также Министер-

ство иностранных дел (6) и Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) (5) в Российской Федерации (Табл. 20).

Таблица 20. Субъекты, упоминаемые в статьях

субъект	Количество упоминаний
Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин	16
Президент Республики Татарстан Рустам Нургалиевич Минниханов	18
«власти»	17
Министерство туризма	9
правительство	8
посольство	6
консульство	5
Министерство иностранных дел	6
Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)	5

Что касается анкетного опроса «Влияние политических факторов на международный туризм», то были получены следующие результаты.

Большинство россиян (84 человека) ответили, что выезжают за рубеж, 36 человек не были за рубежом, но собираются, 4 человека – не выезжают за границу и не собираются (Табл. 21).

Таблица 21. Выезд респондентов опроса за рубеж

	Частота	Процент	Валидный процент	Накопленный процент
Да	84	67,7	67,7	67,7
Нет, но собираюсь	36	29,0	29,0	96,8
Нет, и не собираюсь	4	3,2	3,2	100,0
Итого	124	100,0	100,0	

Что касается мнения респондентов о том, какие страны являются популярными у россиян, то стало известно, что в их числе оказались Греция, Турция, Кипр, Таиланд, Вьетнам, Италия, Абхазия, Чехия, Финляндия, ОАЭ, Эстония, Индия, Египет, Испания, Германия, Китай, Великобритания, Франция, США, Канада, Литва, Израиль, Исландия, Куба, Грузия, Тунис, Швейцария, Швеция и Доминиканская республика (Табл. 22).

Таблица 22. Популярные для россиян направления

страна	количество упоминаний
Греция	24
Турция	58
Кипр	18
Таиланд	56
Вьетнам	10
Италия	8
Абхазия	2
Чехия	10
Финляндия	14
ОАЭ	8
Эстония	2
Индия	14
Египет	20
Испания	24
Германия	10
Китай	10
Великобритания	6
Франция	10
США	4
Канада	2
Литва	2
Израиль	4
Исландия	2
Куба	2

Грузия	2
Тунис	50
Швейцария	4
Швеция	4
Доминиканская республика	2

Непривлекательные для них страны – Турция, Сирия, Афганистан, Румыния, Албания, Монголия, Индия, Ирак, Иран, Пакистан, Индонезия, большинство стран Африки, Канада, Австралия, Египет, КНДР, Франция, Украина, США, Саудовская Аравия, Япония, Тунис (Табл. 23).

Таблица 23. Страны, не привлекающие россиян

<b>страна</b>	<b>количество упоминаний</b>
Турция	22
Сирия	18
Афганистан	6
Румыния	2
Албания	2
Монголия	2
Индия	4
Ирак	10
Иран	10
Пакистан	2
Индонезия	2
большинство стран Африки	18
Канада	2
Австралия	6
Египет	14
Северная Корея	2
Франция	2
Украина	12
США	4
Саудовская Аравия	10

Япония	2
Тунис	4

Далее необходимо понять, какие политические факторы, по мнению респондентов, влияют на международный туризм. На вопрос о том, слышали ли они что-нибудь о туристических мероприятиях (выставках, ярмарках и др.) большинство респондентов (76 человек) ответили положительно, 32 человека ответили отрицательно, а 12 человек сами были на такого рода мероприятиях.

Если говорить об условиях, которые влияют на выбор страны посещения, то 18 человек ответили, что на их выбор влияет удобное авиа/ железнодорожное сообщение со страной, на выбор 24 человек - безвизовый/визовый режим с данной страной, на выбор 52 человека - уровень безопасности в этой стране, на выбор 16 человек - сложившиеся отношения между Россией и страной посещения (Табл. 24).

Таблица 24. Условия, влияющие на выбор страны посещения

Условие выбора	количество упоминаний
удобное авиа/железнодорожное сообщение со страной	18
безвизовый/визовый режим с данной страной	24
уровень безопасности в этой стране	52
сложившиеся отношения между Россией и страной посещения	16

Кроме этого, некоторые ответили, что при выборе страны посещения для них важны «акции на билеты», «интерес культуре страны», «отсутствие толп соотечественников», «безопасность», «высокий уровень сервиса», «стоимость путевки». В одном из вопросов анкеты предварительно было дано 16 стран, которые нужно было оценить с точки зрения этих факторов, отвечая на вопрос: «Посетили бы Вы данную страну?». Таким образом, Японию посетили бы 104 человека, а не посетили бы 20 человек; Латвию и Армению посетили бы 80 человек, не посетили бы 44 человека; Китай и Францию посетили бы 96 человек, а не посетили бы 28 человек; Испанию посетили бы 112 человек, а не посетили бы 12 человек; Турцию посетили бы и не посетили бы 62 человека; Швецию посетили бы 114 человек, а не посетили бы 10 человек; Абхазию посетили бы 86 человек, а не посетили бы 38 человек; Индию посетили бы 76 человека, а не посетили бы 48 человек; Грецию и

Финляндию посетили бы 110 человек, а не посетили бы 14 человек; Грузию бы посетили 80 человек, а не посетили бы 44 человека; Египет посетили бы 52 человека, а не посетили бы 72 человека; Сербию посетили бы 84 человека, а не посетили бы 40 человек; Тунис посетили бы 50 человек, а не посетили бы 74 человека (Табл. 25).

Таблица 25. Привлекательность страны в зависимости от условий

условие	страна посещения							
	Грузия		Египет		Франция		Тунис	
	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы
удобное авиа/железнодорожное сообщение со страной	14	4	16	2	18	0	10	8
безвизовый/визовый режим с данной страной	16	8	16	8	20	4	18	6
уровень безопасности в этой стране	36	16	8	44	38	14	12	40
сложившиеся отношения между Россией и страной посещения	8	8	8	8	8	8	6	10

условие	страна посещения							
	Абхазия		Швеция		Индия		Греция	
	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы
удобное авиа/железнодорожное сообщение со страной	14	4	16	2	12	6	16	2
безвизовый/визовый режим с данной страной	20	4	20	4	22	2	20	4
уровень безопасности в этой стране	36	16	52	0	24	28	52	0
сложившиеся отношения между Россией и страной посещения	12	4	12	4	12	4	10	6

условие	страна посещения							
	Сербия		Испания		Финляндия		Турция	
	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы
удобное авиа/железнодорожное сообщение со страной	12	6	16	2	18	0	16	2
безвизовый/визовый режим с данной страной	16	8	20	4	20	4	18	6
уровень безопасности в этой стране	40	12	52	0	52	0	14	38
сложившиеся отношения между Россией и страной посещения	10	6	12	4	10	6	6	10

условие	страна посещения							
	Япония		Латвия		Армения		Китай	
	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы
удобное авиа/железнодорожное сообщение со страной	10	8	12	6	10	8	10	8
безвизовый/визовый режим с данной страной	20	4	16	8	22	2	22	2
уровень безопасности в этой стране	50	2	40	12	34	18	46	6
сложившиеся отношения между Россией и страной посещения	10	6	6	10	10	6	12	4

Также респондентам было предложено оценить по пятибалльной шкале (от 1 до 5, 1 – не важен, 5 – очень важен) предложенные политические факторы. Так, оценивая участие стран в различных туристических мероприятиях одна часть респондентов («3» - 28 человек) заняла нейтральную позицию, 52 человека («1» - 24, «2» - 28) считают, что данный фактор не важен и 44 человека («4» - 24, «5» - 20) утверждают, что важен. Политическая обстановка в стране оценивается одной частью респондентов («3» - 12 человек) нейтрально, 16 человек («1» - 6, «2» - 10) считают, что данный фактор не важен и 96 человек («4» - 14, «5» - 82) утверждают, что важен. Такой фактор, как законодательные изменения внутри государства в сфере туризма одна часть респондентов («3» - 24 человека) оценила нейтрально, 20 человек («1» - 4, «2» - 16) утверждают, что данный фактор не важен и 80 человек («4» - 30, «5» - 50) считают, что важен. Геополитические отношения между странами одна часть респондентов («3» - 16 человек) оценивает нейтрально, 18 человек («1» - 6, «2» - 12) считают, что данный фактор не важен и 90 человек («4» - 32, «5» - 58) утверждают, что важен. По поводу терроризма четыре респондента заняли нейтральную позицию, 16 человек («1» - 4, «2» -

12) считают, что данный фактор не важен и 104 человека («4» - 10, «5» - 94) утверждают, что важен (Табл. 26).

Таблица 26. Оценка политических факторов

оценка	количество						
	участие стран в различных туристических мероприятиях	встречи представителей государств	законодательные изменения внутри государства в сфере туризма	политическая обстановка в стране	геополитические отношения между странами	терроризм	
1	24	16	4	6	6	4	
2	28	22	16	10	12	12	
3	28	26	24	12	16	4	
4	24	26	30	14	32	10	
5	20	34	50	82	58	94	

Говоря о важности ознакомления с последними новостями перед поездкой в другую страну большая часть респондентов (96 человек) высказали свое мнение по поводу того, что это необходимо делать в любом случае, только 4 человека считают, что этого делать не нужно.

Важные события в мире, которые выделяют респонденты: «российско-американские отношения», «сирийский конфликт», «украинский конфликт», «политическая ситуация в России», «неустойчивые взаимоотношения России с другими странами», «санкции против РФ», «болезни», «воздушные катастрофы», «мигранты в Европе», «экономический кризис», «ситуация вокруг взаимоотношений КНДР и США», «выборы президента во Франции», «выборы президента в США», «внешнеполитическая обстановка в странах», «выход Великобритании из ЕС», «терроризм» (Табл. 27).

Таблица 27. События, существенные для россиян

событие	количество упоминаний
Российско-американские отношения	8
Сирийский конфликт	18
Украинский конфликт	12



Политическая ситуация в России	16
Неустойчивые взаимоотношения России с другими странами	8
Санкции против РФ	6
Болезни	2
Воздушные катастрофы	2
Мигранты в Европе	6
Экономический кризис	4
Ситуация вокруг взаимоотношений КНДР и США	6
Выборы президента во Франции	12
Выборы президента в США	2
Внешнеполитическая обстановка в странах	6
выход Великобритании из ЕС	2
Терроризм	30

Очень важно было узнать о том, откуда россияне узнают о данных событиях. Им было предложено 4 варианта ответа: радио, Интернет, телевизор, газеты. Каждый мог выбрать несколько вариантов ответа. Большинство респондентов (120 человек) узнают информацию о событиях из Интернета, 60 человек - смотрят телевизор, 10 человек – узнают о событиях благодаря радио, 8 человек – читают газеты. Шесть респондентов назвали другие источники информации. Они узнают новости, в том числе от друзей и знакомых. Что касается посещения Интернет-ресурсов, то выделяются такие из них, как «сайты авиакомпаний и аэропортов», «сайты туроператоров», «новостные ленты», «специализированные сайты и форумы по туризму», «сайты бронирования отелей», «сайты правительственных организаций и некоммерческих отраслевых объединений», «группы в социальных сетях».

Если говорить о въездном туризме в России, то большинство респондентов (76 человек) оценивают Россию, как привлекательную для туристов страну. Очень важно было выяснить из каких стран приезжают туристы в Россию. Респонденты определили такие страны: Китай, Абхазия, Германия, США, Таджикистан, Грузия, Киргизия, Италия, Финляндия, «страны Африки», «страны Европы», Япония, Беларусь, Украина, Эфиопия, Узбекистан, Монголия, «Прибалтика» (Табл. 28).

Таблица 28. Страны, граждане которых посещают Россию

страна	количество упоминаний
Китай	100
Абхазия	2
Германия	6
США	2
Таджикистан	6
Грузия	2
Киргизия	2
Италия	2
Финляндия	2
Япония	4
Беларусь	4
Украина	4
Эфиопия	4
Узбекистан	2
Монголия	2

На вопрос «Чем Россия привлекает туристов?» респонденты отвечали так: «хорошие взаимоотношения между странами», «маркетинг», «близость в территориальном плане», «экономические возможности», «интерес к культуре», «удобная транспортная доступность», «получение образования» (Табл. 29).

Таблица 29. Чем Россия привлекает туристов?

причины посещения	количество упоминаний
Хорошие взаимоотношения между странами	24
Маркетинг	2
Близость в территориальном плане	26
Экономические возможности	30

Интерес к культуре	24
Удобная транспортная доступность	2
Образовательные цели	2

## Анализ

Для того чтобы более детально проанализировать общую картину, необходимо сравнить некоторые переменные.

Самые часто упоминаемые страны – Турция, Китай, Греция, Египет и Франция. Поэтому стоит каждой из них уделить внимание в отдельности и отметить важные характерные черты. Турция в большинстве случаев (40) рассматривается как страна для выездного туризма в России. Примерно в одинаковом количестве можно увидеть наличие таких политических факторов, как международное сотрудничество (15) и государственная политика в области туризма (16), но политической обстановке (20) все же уделяется больше внимания. Стоит учесть тот факт, что политическая обстановка (18) в большинстве случаев носит отрицательный характер (Табл. 30-34).

Таблица 30. Полученные данные (Турция)

политический фактор	количество			
	оценка			Итого
	положительная	нейтральная	отрицательная	
государственная туристская политика	7	6	3	16
международное сотрудничество	8	7	0	15
политическая обстановка	0	2	18	20
<b>Итого</b>	15	15	21	51

Китай рассматривается с точки зрения въездного туризма (11), в остальной половине случаев в статьях нет отнесения к конкретному виду международного туризма. В основном выделяется такой политический фактор, как международное сотрудничество (14) в нейтральном ключе. Государственная политика в области туризма встречается в 6 статьях и оценивается с положительной стороны, политическая обстановка в статьях не обсуждается.

Таблица 31. Полученные данные (Китай)

политический фактор	количество			
	оценка			Итого
	положительная	нейтральная	отрицательная	
государственная туристская политика	4	1	1	6
международное сотрудничество	6	8	0	14
политическая обстановка	0	0	0	0
<b>Итого</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>20</b>

Греция аналогично Турции упоминается как страна для выездного туризма во всех статьях. Политические факторы, которые можно обнаружить в статьях – международное сотрудничество (4) и государственная политика в области туризма (9). Последний фактор обсуждается в равной степени, как с положительной, так и с отрицательной стороны.

Таблица 32. Полученные данные (Греция)

политический фактор	количество			
	оценка			Итого
	положительная	нейтральная	отрицательная	
государственная туристская политика	4	1	4	9
международное сотрудничество	1	3	0	4
политическая обстановка	0	0	0	0
<b>Итого</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>13</b>

Египет также представлен в рамках страны выездного туризма для россиян. Государственная политика в области туризма как политический фактор обсуждается меньше всего, в отличие от политической обстановки (4) и международного сотрудничества (4). При чем политическая обстановка имеет отрицательную сторону.

Таблица 33. Полученные данные (Египет)

политический фактор	количество			
	оценка			Итого
	положительная	нейтральная	отрицательная	
государственная туристская политика	1	1	0	2
международное сотрудничество	0	4	0	4
политическая обстановка	0	0	4	4
<b>Итого</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

Франция, как и три предыдущих страны, обсуждается в статьях с точки зрения выездного туризма (6). Из политических факторов представлена только политическая обстановка в отрицательном ключе (5).

Таблица 34. Полученные данные (Франция)

политический фактор	количество			
	оценка			Итого
	положительная	нейтральная	отрицательная	
государственная туристская политика	0	0	0	0
международное сотрудничество	0	0	0	0
политическая обстановка	0	1	5	6
<b>Итого</b>	0	1	5	6

Далее, приводя статистические данные Росстата, необходимо уточнить как изменилось количество поездок российских граждан в Турцию, Грецию, Египет и Францию и количество поездок иностранных граждан из Китая в Россию. В период с 2015 по 2016 год туристический поток российских граждан в Турцию снизился на 85%. Грецию россияне стали посещать на 20% больше. Туристический поток во Францию снизился на 7%. Изменения туристического потока в Египет невозможно определить по причине того, что авиасообщение с этой страной в период с 6 ноября 2015 г. было официально приостановлено (Табл. 35).

Таблица 35. Количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию государств дальнего зарубежья<sup>75</sup>

Страны	9 м. 2015г.	9 м. 2016г.	Изменение количества поездок граждан РФ, выехавших в страны дальнего зарубежья с целью туризма за 9м.2016г. по сравнению с аналогичным показателем 2015г. (+ - %)
Греция	601 519	723 131	20
Турция	3 122 706	483 491	-85

<sup>75</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

Франция	323 191	300 698	-7
---------	---------	---------	----

Количество поездок иностранных граждан из Китая увеличилось на 15% (Табл. 36).

Таблица 36. Количество поездок граждан стран дальнего зарубежья с целью туризма на территорию РФ<sup>76</sup>

Страны	9 м. 2015г.	9 м. 2016г.	Изменение количества поездок граждан стран дальнего зарубежья, въехавших в РФ с целью туризма за 9м.2016г. по сравнению с аналогичным показателем 2015г. (+ - %)
Китай	929 835	1 072 585	15

Что касается проведенного опроса россиян, то самые популярные у россиян страны для туризма - Турция (58 наблюдений), Таиланд (56 наблюдений) и Греция (24 наблюдения). Страны, которые больше всех не привлекают россиян: Турция (22 наблюдения), страны Африки (18 наблюдений) и Сирия (18 наблюдений).

Большинство респондентов (76 человек) знакомо с различными туристскими мероприятиями, как с одним из проявлений такого политического фактора, как международное сотрудничество.

Если говорить об условиях, которые влияют на выбор страны посещения, то большая часть респондентов ориентируется на уровень безопасности в этой стране (52 человека), что говорит о влиянии такого политического фактора, как политическая обстановка.

В одном из вопросов анкеты предварительно было дано 16 стран, которые нужно было оценить с точки зрения этих факторов, отвечая на вопрос: «Посетили бы Вы данную страну?». Тем самым стало бы возможным увидеть влияние на международные туристические потоки политических факторов. Турция и Египет упоминались в статьях, где обсуждалась транспортная доступность в эти страны из России. При этом Турцию и Египет с точки зрения удобного авиа/ железнодорожного сообщения посетило бы 16 человек из 18. В статьях о введении безвизового режима и облегчения визового режима упоминаются Япония и Индия. И с точки зрения безвизового/визового режима с данными странами Японию посетило бы 20 человек из 24, а Индию посетило бы 22 чело-

<sup>76</sup> Федеральное агентство по туризму // ВЫБОРОЧНАЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ, РАССЧИТАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ ОЦЕНКИ ЧИСЛА ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/4508/> (дата обращения 03.05.2017).

века из 24. В статьях говорится о теракте в столице Швеции и о том, что в Финляндия – самая безопасная страна для туристов. С точки зрения уровня безопасности в этих странах, Швецию и Финляндию посетили бы все 52 человека. В статьях говорится о сотрудничестве России с такими странами, как Армения, Китай, Испания, Япония, Сербия, Греция, Франция, Египет, Латвия, Грузия, Тунис, Турция и Абхазия. При этом, с точки зрения сложившихся отношений между Россией и странами посещения, Армению, Китай, Абхазию и Испанию посетили бы 12 человек из 16; Японию, Сербию, Грецию и Армению посетили бы 10 человек из 16; Францию, Грузию и Египет одинаково посетили бы и не посетили бы 8 человека; Тунис, Латвию и Турцию не посетили бы 10 человек из 16.

По результатам оценки политических факторов выяснилось, что участие стран в различных туристических мероприятиях, а именно проявление такого политического фактора, как международное сотрудничество, не важно для большинства респондентов (80 человек). Такой фактор, как политическая обстановка важна для респондентов (96 человек). Государственная политика в области туризма, как политический фактор, который проявляется в законодательных изменениях внутри государства в сфере туризма, важен для респондентов (80 человек). Геополитические отношения между странами, а именно политическая обстановка, как политический фактор, 90 человек считают важным. Терроризм, как проявление такого фактора, как политическая обстановка, важен для 104 человек.

Важные события в мире, выделяемые респондентами, в большинстве своем связаны с такими политическим фактором, как политическая обстановка в мире. Об этих событиях люди в основном узнают из интернета, при этом посещая в основном сайты коммерческих организаций и различных форумов и в меньшинстве своем сайты правительственных организаций и некоммерческих отраслевых объединений.

Если говорить о въездном туризме в Россию, по мнению респондентов, можно назвать привлекательной для туристов. Больше всех посещают Россию туристы из Китая (100 наблюдений) в основном по причине дружеских взаимоотношений стран (24 наблюдения).

## **Выводы**

По результатам проведенного контент-анализа и опроса граждан Российской Федерации можно сделать следующие выводы.

Тематика статей показала, что в большей степени представлена информация о встречах представителей государств по поводу конкретно туристической деятельности или туризма в рамках экономического сотрудничества между странами, что направляет внимание аудитории на международное сотрудничество в сфере туризма. Но россиян больше волнует политическая обстановка в стране и в мире.

Меньше всего обсуждаются такие темы, как законопроекты и постановления, а также налоговая политика (налоговый сбор на въезд или выезд), что может указывать на незначительный акцент на туристской политике государства, которая слабо выражена на данном ресурсе. Результаты опроса показали, что россияне также не делают акцент на важности государственной политики в области туризма.

В электронной версии газеты «РБК» статьи посвящены в основном такому виду международного туризма, как выездной, что естественно нацелено на интерес российской аудитории. При этом россияне считают, что Россия привлекательна как туристическое направление, следовательно, выездной туризм также развивается и подвержен политическим факторам.

Итак, общая картина показала, что из трех политических факторов, больше всего упоминается политическая обстановка (Табл. 37-38).

Таблица 37. Выявленные с помощью контент-анализа политические факторы

политический фактор	к о л и ч е с т в о упоминаний	основные характеристики фактора (в чем он проявляется)
международное сотрудничество	78	участие в туристических выставках, фестивалях, на форумах и конференциях; заключение соглашений и меморандумов о сотрудничестве между государствами; встречи представителей государств; перекрестный год туризма



государственная политика в области туризма	68	обновления правил без/визового режима, паспортного контроля, введение биометрии; изменения, связанные с налоговым сбором; введение дополнительных рейсов, чартеров, запрет на авиасообщение/отмена запрета на авиасообщение, появление дополнительных пунктов пропуска для автомобилей; постановления правительства, новые законопроекты; запрет на посещение стран
политическая обстановка	56	внешнеполитическая напряженность со странами, ухудшение / потепление отношений, введение санкций; беспокойная обстановка в стране, протесты, беспорядки, государственный переворот; подготовка терактов, террористический акт

Таблица 38. Выявленные с помощью опроса населения политические факторы

политический фактор	к о л и ч е с т в о упоминаний	основные характеристики фактора (в чем он проявляется)
международное сотрудничество	54	привлекательность России по причине дружеских отношений с некоторыми странами; интерес к различным туристским мероприятиям
государственная политика в области туризма	50	важность законодательных изменений внутри государства в сфере туризма; ориентир на безвизовый/визовый режим при выборе страны посещения
политическая обстановка	219	события, который важны для граждан страны (взаимоотношения со странами, вооруженные конфликты, политическая ситуация в стране, санкции, взаимоотношения других стран, терроризм); важность геополитических отношений между странами и проявление терроризма; ориентир на уровень безопасности при выборе страны посещения

Что касается пяти наиболее часто упоминаемых в статьях стран, то мы можем выделить следующие взаимосвязи между политическими факторами и международными туристическими потоками.

В случае с Турцией, исходя из результатов исследования, можно сказать, что на колоссальный спад туристического потока россиян могла повлиять в большей степени политическая нестабильность в данной стране. При этом Турция, по мнению респондентов, является в большинстве случаев популярным туристическим направлением для россиян, тем не менее, некоторые считают ее и самой непривлекательной для путешествий страной.

Поток туристов из Китая в Россию мог увеличиться благодаря международному сотрудничеству между двумя странами и государственной политики в области туризма России, которая нацелена на развитие отношений с КНР. По мнению россиян, действительно очень много туристов из Китая посещает Россию, и это происходит по причине международного сотрудничества государств.

Грецию россияне стали посещать чаще, несмотря на не только положительную государственную политику в области туризма двух стран, но и отрицательную. Россияне считают данную страну одной из самых привлекательных для туристических поездок.

Случай с Египтом отличается тем, что мы не можем увидеть изменение туристического потока россиян в эту страну, так как отправиться туда невозможно по причине официальной отмены авиасообщения с Россией (государственная политика в области туризма), но можем говорить о том, что это стало следствием отрицательной политической обстановки (инцидент с пассажирским лайнером, который был сбит террористами ИГИЛ над Синаем). Но можно сказать, исходя из опроса россиян, в целом страны Африки и в том числе Египет, одни из тех стран, которые больше всех не привлекают их как туристическое направление.

Туристический поток россиян во Францию, исходя из анализа статей, снизился по причине отрицательной политической обстановки в этой стране.

Самыми желаемыми для посещения предложенными странами в зависимости от политических факторов, оказались Швеция, Испания, Финляндия и Греция, а самыми не желаемыми для посещения – Египет, Тунис и Турция.

Государственная политика в области туризма, представленная в статьях удобным авиа/ железнодорожным сообщением, оказала влияние на возможный рост туристического потока. Тот же по-

литический фактор, но представленный безвизовым/визовым режимом, в большей мере также повлиял на возможный рост туристического потока в Японию и Индию.

Такой политический фактор, как политическая обстановка, представленная новостью о теракте и наоборот благоприятной обстановкой, с одной стороны повлияла на возможный рост туристического потока в безопасную страну, но с другой стороны не привела к логичному в этой ситуации спаду туристического потока в страну, где произошел теракт.

Далее в статьях говорится о сотрудничестве России с некоторыми странами, в чем отмечается такой политический фактор, как международное сотрудничество. При этом, с одной стороны оно благотворно повлияло на возможный рост туристического потока в некоторые страны, но с другой стороны, другая часть стран оказалась в положении возможного спада туристического потока.

Исходя из проведенного нами контент-анализа и опроса граждан России можно говорить о том, что количество выезжающих за рубеж туристов зависит от политических факторов. Но это не является однозначным ответом, так как на туристический поток оказывается влияние и других факторов, что может говорить о частичном подтверждении этой гипотезы в результате данного эмпирико-социологического исследования. Результаты опросы подтверждают это, так как респонденты называли и такие факторы, влияющие на их выбор страны посещения, как близость в территориальном плане, экономические возможности (акции на билеты, стоимость путевки и др.), интерес к культуре, высокий уровень сервиса.

Что касается дополнительных гипотез, то первая (См. Приложение 1) из них не подтвердилась, так как государственная политика в области туризма упоминается в 68 статьях электронной версии газеты «РБК» и в случае с пятью странами в трех странах (Китай, Греция, Египет) именно она играет роль в изменении туристического потока. Гипотеза о том, что государственная политика в области туризма не имеет значения для россиян при выборе страны посещения, частично опровергнута, так как она действительно намного меньше обсуждается, чем другие факторы, но при этом оказывает непосредственное влияние на международные туристические потоки.

Вторая гипотеза (См. Приложение 1) подтвердилась, так как несмотря на то, что упоминается такой фактор как политическая обстановка в газете меньше всего по сравнению с остальными факторами, она затрагивает три страны (Турция, Египет, Франция) из пяти выделенных. Гипотеза о том, что политическая обстановка оказывает огромное влияние на планирование путешествия, ча-

стично подтверждена, так как она действительно оказывает влияние, но факт самой произошедшей ситуации турист может не заметить или не обратить вовсе на нее внимание.

Третья гипотеза подтвердилась (См. Приложение 1), международное сотрудничество действительно благотворно повлияло на рост туристического потока только в одной стране, а именно в Китае. Гипотеза о том, что международное сотрудничество государств в редких случаях может привлечь внимание туриста при выборе страны посещения, подтверждена, так как по результатам оценки политических факторов выяснилось, что международное сотрудничество не важно для большинства респондентов.

Четвертая гипотеза (См. Приложение 1) в результате данного эмпирико-социологического исследования не подтвердилась, так как во всех странах, где политическая обстановка была отрицательной произошел спад туристического потока.

### **3.3. Краткие выводы**

В данной главе изложены результаты эмпирического исследования, направленного на изучение влияния политических факторов на международный туризм применительно к Российской Федерации. Говоря о влиянии каждого фактора в отдельности, необходимо привести конкретные примеры проявления этого влияния. Что касается международного сотрудничества, то его положительный эффект на туризм произвело проведение года российского туризма в Китайской Народной Республике и года китайского туризма в Российской Федерации, которое привело к росту туристического потока из Китая.

Если говорить о государственной политике в области туризма, то в Российской Федерации существует Закон о туристской деятельности, который определяет ее принципы. Кроме этого, существуют и другие документы, представляющие собой комплекс мер для развития и регулирования туризма. Это Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», входящая в государственную программу «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы, которая в свою очередь относится к программам Нового качества жизни. Также это Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Государственной поддержкой туризма в России занимаются несколько органов власти: Министерство культуры РФ, Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по ту-

ризму. НТА в Российской Федерации, по существу, является федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма, в качестве которого выступает с мая 2012 г. в структуре Министерства культуры РФ Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Стоит уточнить, что если говорить, о руководстве и координации туристкой деятельности на уровне субъектов Федерации, то они осуществляются комитетами (департаментами, отделами) по туризму в составе их администраций. Важными проявлениями государственной политики в области туризма, которые благотворно повлияли на развитие как выездного, так и въездного международного туризма (рост международных туристических потоков) – это лояльная визовая политика Испании в отношении россиян, а также упрощение визовых формальностей для туристов из Таиланда и Турции дала положительные результаты. Отрицательным проявлением государственной политики в области туризма для россиян стало введение процедуры обязательной дактилоскопии для туристов при выдаче Шенгенских виз, а также повышение госпошлин за оформление загранпаспортов. Это ограничило активность на российском туристском рынке, но перенаправило россиян с европейских направлений на безвизовые курорты Турции и Египта, представляющие самый низкий ценовой сегмент.

Говоря о политической обстановке, можно сказать, что в результате роста политической нестабильности в мире многие страны Ближнего Востока перестают быть привлекательной туристской дестинацией, в том числе и для россиян, так как усиливаются угрозы безопасности туристов на ставших для россиян традиционными направлениях массового туризма. Но туризм стал настолько существенной потребностью современного человека, от которой опытный путешественник не может отказаться даже в результате влияния политических угроз. Несмотря на это, все же динамика туристического потока из России в Египет ухудшается в результате политических катаклизмов, беспорядки значительно сокращают количество россиян, готовых поехать в эту страну на отдых. Тунис несколько лет активно восстанавливал туристический поток, однако также пострадал в результате политической нестабильности. Из основных проблем, касающихся развития международного въездного туризма, в настоящий момент является политическая нестабильность в Украине, которая приводит к потере туристического потока с территории Украины на территорию Республики Крым и г. Севастополя. Кроме того, на сегодняшний момент на международные туристические потоки сильнейшее влияние оказывают санкции, повлекшие за собой прямые и косвенные запреты на выезд за рубеж работникам силовых структур и компаний, руководители которых попали под санкции. Так, существует несколько версий причин запрета выезжать за границу отдельным кате-

гориям граждан: европейские санкции, политическая нестабильность страны на мировом уровне, обострение украинского конфликта рядом с границей России, желание сохранить государственные и военные тайны, носителями которых являются многие сотрудники указанных ведомств. В результате санкций США, ЕС и других стран, введенных в 2014 г. против России, произошло незначительное сокращение интереса к отдыху в России со стороны стран ЕС и США. Но при этом сократились туристические потоки из России в Европу. Вследствие санкций со стороны ЕС российские туристы стали чувствовать себя в Европе нежеланными гостями и поэтому предпочитают отдыхать в России. Прежде всего, значительный отток российских туристов почувствовали такие европейские страны, как Финляндия, Греция, Австрия. Таким образом, последствия украинского кризиса, приведшие к вхождению Крыма в состав Российской Федерации и образованию непризнанных Донецкой и Луганской народных республик (ДНР и ЛНР), активизация террористических группировок и проведение ряда террористических атак, среди которых серия крупнейших спланированных терактов во Франции (ноябрь 2015 года), обмен торгово-экономическими санкциями между Россией и странами Запада, миграционный поток из стран Ближнего Востока и Африки и политико-экономическая ситуация, сложившаяся в России и в её взаимоотношениях с мировым сообществом негативно повлияли на индустрию мирового туризма.

Основным методом сбора информации в данном социологическом исследовании выступил метод контент-анализа, для которого была выбрана российская газета «РБК», имеющая электронную версию в сети Интернет. Кроме этого, было изучено общественное мнение россиян по поводу выявленных в результате контент-анализа политических факторов с помощью опроса граждан России в форме анкетирования «Влияние политических факторов на международный туризм».

По результатам проведенного контент-анализа и опроса граждан Российской Федерации можно сделать следующие выводы:

- Внимание аудитории направляется на международное сотрудничество в сфере туризма, но россиян больше волнует политическая обстановка в стране и в мире.
- Незначительный акцент делается на государственной политике в области туризма, россияне также не считают важным данный политический фактор.
- Не только выездной, но и въездной международный туризм подвержен влиянию со стороны политических факторов в Российской Федерации.

- На спад туристического потока россиян может повлиять в большей степени политическая нестабильность в принимающей стране, но при этом одних туристов это отталкивает от ее посещения, другим же не мешает планировать путешествие в эту страну.
- Международное сотрудничество между двумя странами и государственная политика России в области туризма, нацеленная на развитие отношений с государством, может благотворно повлиять на въездной международный туризм.
- Отрицательная политическая обстановка в принимающем государстве может привести к отрицательной государственной политике в области туризма в отношении данной страны, что в свою очередь априори снизит туристический поток.
- Количество выезжающих за рубеж туристов зависит от политических факторов, но они не являются единственными определяющими факторами.
- Государственная политика в области туризма меньше всего обсуждается, но при этом оказывает непосредственное влияние на международные туристические потоки.
- Политическая обстановка оказывает огромное влияние на планирование путешествия, но только при условии того, что на факт самой произошедшей ситуации турист обратил на нее свое внимание и принял к сведению.
- Международное сотрудничество государств в редких случаях привлекает внимание российского туриста при выборе страны посещения, но при этом привлекает внимание иностранных туристов к России, как к туристическому направлению.



## Заключение

Международные туристические потоки, рассматриваемые с позиций социологической науки, представляют собой сложный комплекс передвижений людей между странами с досуговой целью, то есть социальных действий, устойчивых форм поведения людей, а также институтов, связанных с досугом и пронизывающим все сферы человеческой жизнедеятельности, включая социальную, политическую, культурную, экономическую. В своей совокупности международные туристические потоки составляют социальную основу международного туризма.

В настоящее время во многих странах туризм играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта, в создании дополнительных рабочих мест и в обеспечении занятости населения, а также в оптимизации внешнеторгового баланса. Он оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и др., т.е. выступает катализатором социально-экономического развития. В свою очередь, на развитие туризма оказывает влияние совокупность различных факторов, среди которых немаловажное место занимают политические факторы.

В данной работе проведен социологический анализ данных факторов, установлены особенности их влияния на международные туристические потоки. Для того чтобы достичь цели, мы операционализировали понятие «международный туризм» применительно к проблематике социологического исследования, определили политические факторы, оказывающие влияние на международные туристические потоки, выявили изменения в направлениях потоков международного туризма под влиянием политических факторов и провели эмпирико-социологическое исследование влияния политических факторов на международные туристические потоки в Российской Федерации.

В результате исследования подтвердилась выдвинутая автором работы гипотеза, заключающаяся в утверждении о том, что в современном мире для международных туристов при выборе направления для путешествия важны политические факторы, поэтому существует зависимость между количеством выезжающих за рубеж в том или ином направлении и политической ситуации в мире, мировых регионах и отдельных странах.

Для подтверждения данной гипотезы мы провели теоретические исследования и эмпирические исследования с использованием методов контент-анализа и социологического опроса в форме анкетирования. Эмпирическая база исследования включает в себя материалы, опубликованные в

электронной версии российской газеты «РБК», а также данные социологического опроса в форме анкетирования «Влияние политических факторов на международный туризм» граждан России.

Обобщение теоретических представлений о политических факторах, влияющих на международные туристические потоки, позволило нам выделить три основных политических фактора, оказывающих влияние на развитие туризма: международное сотрудничество, государственная политика в области туризма и политическая обстановка. Данные факторы в той или иной мере способны в различных своих проявлениях повлиять на развитие международного туризма и в зависимости от характера этих проявлений увеличить или уменьшить туристические потоки.

Рассмотрев влияние политических факторов на международный туризм в Российской Федерации, мы можем сказать о положительном эффекте международного сотрудничества (проведение перекрестного года туризма, различных культурных событий и мероприятий, связанных со сферой туризма) и государственной политики в области туризма (лояльная визовая политика в отношении россиян, упрощение визовых формальностей для иностранных туристов) на развитие как выездного, так и въездного международного туризма. Кроме того, мы выявили отрицательное проявление государственной политики в области туризма для россиян (введение процедуры обязательной дактилоскопии для туристов при выдаче Шенгенских виз, повышение госпошлин за оформление загранпаспортов), а также политической обстановки (рост политической нестабильности в мире - последствия напряженных отношений с другими странами, активизация террористических группировок и проведение ряда террористических атак, обмен торгово-экономическими санкциями между Россией и другими странами и в целом политико-экономическая ситуация, сложившаяся в России и в её взаимоотношениях с мировым сообществом).

Благодаря методу контент-анализа материалов, опубликованных в электронной версии российской газеты «РБК» и данным социологического опроса в форме анкетирования «Влияние политических факторов на международный туризм» граждан России, мы пришли к следующим выводам. Количество выезжающих за рубеж туристов зависит от политических факторов, но они не являются единственными определяющими факторами во влиянии на развитие международного туризма. Международное сотрудничество государств в редких случаях привлекает внимание российского туриста при выборе страны посещения, в отличие от иностранного туриста. Государственная политика в области туризма меньше всего обсуждается, но при этом оказывает непосредственное влияние на международные туристические потоки. Так, международное сотрудничество между

двумя странами и государственная политика России в области туризма, нацеленная на развитие отношений с государством, может благотворно повлиять на въездной международный туризм. Вне всяких сомнений, внимание аудитории всячески направляется на международное сотрудничество в сфере туризма, в отличие от государственной политики в области туризма, при этом россияне все же больше волнует политическая обстановка в стране и в мире. Но отрицательная политическая обстановка в принимающем государстве может привести к отрицательной государственной политике в области туризма в отношении данной страны, что в свою очередь снизит туристический поток. Так, государственная политика в области туризма может латентно повлиять на международный туристический поток. Также можно утверждать, что нестабильная политическая обстановка оказывает огромное влияние на международный туризм в пользу спада туристического потока, но только при условии того, что на факт самой произошедшей ситуации турист обратил свое внимание и принял это к сведению.

По результатам эмпирических исследований сделаны следующие выводы:

- для респондентов опроса определяющим политическим фактором является политическая обстановка в стране и в мире, государственную политику в области туризма респонденты не считают важным политическим фактором;
- политические факторы оказывают влияние как на въездной, так и на выездной международный туризм;
- на спад туристического потока россияне могут повлиять в большей степени политическая нестабильность в принимающей стране, но при этом (по данным, полученным от респондентов нашего опроса) число туристов, которых это отталкивает от посещения примерно равно числу тех, кому нестабильная политическая обстановка не мешает планировать путешествие и посещать соответствующую страну;
- международное сотрудничество между двумя странами в различных сферах может благотворно повлиять на въездной и выездной международный туризм.
- государственная политика в области туризма является наименее значимым фактором для российских респондентов, но при этом оказывает непосредственное влияние на международные туристические потоки;

- международное сотрудничество государств в редких случаях привлекает внимание российского туриста при выборе страны посещения, но при этом привлекает внимание иностранных туристов к России как к туристическому направлению.

Таким образом, поставленные нами научно-исследовательские задачи решены, гипотеза исследования доказана.

Результаты исследования могут быть использованы в практических рекомендациях для представителей предприятий, способствующих производству туристического продукта, главным образом для государственных органов, общественных туристических организаций и объединений по поводу привлечения туристов на территорию Российской Федерации, а также благоприятного развития выездного туризма для россиян.

## Список использованной литературы

1. Акимова Л. А. Социология досуга. М., 2003. 123 с.
2. Ассоциация туроператоров // Европейский турбизнес обеспокоен влиянием политической обстановки на туризм URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/33544.html>
3. Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. 224 с.
4. Березович Е. Л., Галинова Н. В. Этимологический словарь русского языка. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2011. 304 с.
5. Богданов Е. И., Богомолова Е. С., Орловская В. П. Экономика отрасли туризм: Учебник / под ред. Проф. Е. И. Богданова. М.: ИНФА-М. 2014. 318 с.
6. Большая Советская Энциклопедия (БСЭ) // Туризм URL: <http://www.big-soviet.ru/660/%D0%A2%D1%83&P=6>
7. Большой иллюстрированный словарь иностранных слов: 17000 сл. М.: АСТ; Астрель; Русские словари, 2002. 960 с.
8. Борисова А. О. Особенности и перспективы развития международного туризма // Экономические исследования. 2015. № 2.
9. Братерский М.В. Торгово-экономические санкции: эффективность, цена, проблемы использования // Безопасность Евразии. 2009. № 2 (36). С. 335–347.
10. Бусыгина И.М., Окунев И.Ю. Пространственное распределение силы и стратегии государств, или что и как объясняет геополитика // Политические исследования, № 2, 2014. С. 106–123.
11. Воронкова Л. П. Влияние геополитической обстановки на международный туризм // ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ МГУ им. М. В. Ломоносова. 2016. №5. С. 41-46.

12. Газета РБК // О проекте URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/about>
13. Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма. Учебное пособие. - Владивосток: ТИ-ДОТ ДВГУ, 2002. 265 с.
14. Гордеева О.И., Зюляев Н.А. Влияние политики на въездной и выездной туристические потоки // Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием Поволжского государственного технологического университета. 2015. С. 95-98.
15. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Прикладная социология: Учебное пособие для вузов. М., 2003. 312 с.
16. Дурович А. П. Организация туризма. – СПб.: Питер, 2009.: ил. – (Серия «Учебное пособие»). 320 с.
17. Дягтерев А. А. Основы политической теории: Учеб. пособие / Ин-т "Открытое о-во". - М.: Высш. шк., 1998. : табл. - (Прогр. "Высш. образование"). 239 с.
18. Жидких В.А. О развитии туристского потенциала регионов Российской Федерации // Аналитический вестник Совета Федерации РФ. 2012. №25. 2.
19. Жиленко В.Ю. Влияние украинского кризиса на развитие сферы туризма в РФ// Журнал НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. СЕРИЯ: ТЕХНОЛОГИЯ БИЗНЕСА И СЕРВИСА Белгородского государственного национального исследовательского университета. 2014. №2. С. 10-17.
20. Зиганшин И. И., Овчаров А. О., Рысаева М. А. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 1.
21. Игнатъева И.Ф. Динамика мировых туристических потоков в геополитическом аспекте // Вестник Национальной академии туризма. 2011, № 2 (18). С. 12–15. Исаев Б. А. Геополитика: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2006. 384 с.
22. Квартальнов В. А. Туризм: УЧЕБНИК. М.: Финансы и статистика, 2001. 320 с.

23. Колосов В. А., Мироненко Н. С. Геополитика и политическая география. Москва: Аспект Пресс, 2002. 479 с.
24. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М.: Юнити, 1998. 1045 с.
25. Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учебное пособие/ Ю. А. Матюхина. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. 304 с.
26. Медиалогия // Рейтинги СМИ URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media)
27. Миронова И.А., Черкашнев Р.Ю., Разем Р.А. Факторы нестабильности, приводящие к диспропорциям спроса и предложения на российском туристическом рынке // XXI ДЕРЖАВИНСКИЕ ЧТЕНИЯ Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина. 2016. С. 291-299.
28. Мусалтина М.С. Новейшая история геополитики туризма // УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ ОРЛОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ. 2016. №71. С. 33-36.
29. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-ое издание, дополнительное. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
30. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» // Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (действующая редакция, 2016) URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)
31. Официальный сайт Федерального агентства по туризму // Положение о Федеральном агентстве по туризму URL: [http://www.russiatourism.ru/contents/ob\\_agentstve/Regulation\\_of\\_the\\_Russiatourism/](http://www.russiatourism.ru/contents/ob_agentstve/Regulation_of_the_Russiatourism/)
32. Портал госпрограмм РФ // "РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА" НА 2013 - 2020 ГОДЫ URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/11>

33. Рассохина Т.В. Научно-педагогическое сопровождение обеспечения устойчивого развития туристических дестинаций // Туризм: право и экономика. 2011. №4.
34. Ребышева Л. В., Васильченко Е. В. Въездной деловой туризм: перспективы развития в России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. 2013. № 11. С. 160-163.
35. Российская газета RG.RU // Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. N 941-р г. Москва "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года" URL: <https://rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html>
36. Российская газета RG.RU // Указ Президента Российской Федерации от 21 мая 2012 г. N 636 "О структуре федеральных органов исполнительной власти" URL: <https://rg.ru/2012/05/22/struktura-dok.html>
37. Рубаник А.Н., Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма. Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2012. С. 384.
38. СЕВЕРО-ЗАПАДНОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РСТ. Основные направления деятельности. // URL: <http://www.rstnw.ru>
39. Толковый словарь Ушакова // Туризм. Значение и толкование слова, определение термина. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/ushakov/t/page-41/html>
40. Толстых К.С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма // ВЕСТНИК КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ АКАДЕМИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ. СЕРИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ. 2014. №13. С. 43-48.
41. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Туризм и глобальное URL: <http://culturca.narod.ru/Urry10.htm>
42. Baker, David Mc.A. The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage.2014. P. 59.



43. BBC news // How terrorist attacks affect tourism? URL: <http://www.bbc.com/news/magazine-33310217>
44. Books // ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА – ВЛИЯНИЕ, ОСОБЕННОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ URL: <http://bubook.net/book/332-servisnye-texnologii-teoriya-i-praktika-2012-mi-astaxova/15-politicheskie-factory-razvitiya-turizma-vliyanie-osobennosti-perspektivy.html>
45. CCTV com ENGLISH // Political tensions impact Japan tourism URL: <http://english.cntv.cn/program/newshour/20121006/101602.shtml>
46. Iris Mihajlović, Zorica Krželj–Čolović The impact of globalization on the development of tourism within social and economic changes // European Scientific Journal. University of Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics, Croatia. 2014. С. 108-120.
47. Lib.Sale // ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКИЙ URL: <http://lib.sale/munitsipalnoe-upravlenie-gosudarstvennoe/faktor-politicheskiy-74351.html>
48. MKRU // Россия оказалась в хвосте рейтинга самых безопасных стран мира URL: <http://www.mk.ru/social/2016/10/12/rossiya-okazalas-v-khvoste-reytinga-samykh-bezopasnykh-stran-mira.html>
49. Studmed.ru // Лекции - Рекреационная география - Международный туризм URL: <http://www.studmed.ru/docs/document24575?view=29>
50. TourFAQ Туристический бизнес // Главные факторы, влияющие на развитие туризма URL: <http://tourfaq.net/travel-business/glavnye-factory-vliayushhie-na-razvitiya-turizma>
51. TourMag.com // The terrorist attacks, a problem for the tourism industry in France? URL: [http://www.tourmag.com/The-terrorist-attacks-a-problem-for-the-tourism-industry-in-France\\_a71934.html](http://www.tourmag.com/The-terrorist-attacks-a-problem-for-the-tourism-industry-in-France_a71934.html)
52. UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition // International tourism in 2015 – Key trends and outlook URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2016.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf)

53. UNWTO World Tourism Barometer // Sustained growth in international tourism despite challenges URL: [http://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2017\\_01.pdf](http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2017_01.pdf)
54. WORLD ECONOMIC FORUM / The Travel & Tourism Competitiveness. Report 2015. Growth through Shocks.
55. World Tourism Organization UNWTO // 2017 год — Международный год устойчивого туризма в интересах развития URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2017-01-10/2017-god-mezhdunarodnyi-god-ustoichivogo-turizma-v-interesakh-razvitiya>
56. World Tourism Organization UNWTO // Why tourism? URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

## **Приложение 1. Программа социологического исследования «Влияние политических факторов на международные туристические потоки»**

**Обоснование проблемы исследования:** В настоящее время туризм, являясь сложной социально-экономической системой, подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия. Как известно, наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и страны в мировом туризме, и наоборот, нежелательные факторы снижают туристический поток. Поэтому их учёт необходим для организации эффективной туристской деятельности. Данное исследование поможет рассмотреть влияние политических факторов, а именно государственной политики в области туризма, политической обстановки и международного сотрудничества.

**Формулировка проблемы:** исходя из вышесказанного, проблемой данного социологического исследования будет являться выявление политических факторов и их влияния на международные туристические потоки.

**Цель исследования:** изучение влияния политических факторов на международные туристические потоки и определение общественного мнения россиян по поводу данного вопроса.

**Объект исследования:** статьи из электронной версии ежедневной аналитической газеты «РБК», включающие в себя информацию по международному туризму; население России в возрасте 18 лет и старше, включенное в международные туристические поездки.

**Предмет исследования:** политические факторы, оказывающие влияние на международные туристические потоки.

**Логический анализ (интерпретация и операциональное определение) основных понятий** (см. Схема 1):

Центральной категорией исследования является словосочетание «политический фактор». Необходимо определиться с тем теоретическим подходом, в рамках которого эта категория может быть интерпретирована и изучена. В рамках данного подхода нам надо раскрыть смысл следующих понятий:

- 1) *Политический фактор* - явление или процесс, представляющие собой причину, определяющую существенные характеристики политической ситуации или обстоятельство лишь отдельных изменений, происходящих в политической жизни<sup>77</sup>. В виде факторов могут рассматриваться как общие условия жизнедеятельности общества - политическая система, политический режим, политическая культура, политическая идеология и др., - так и относительно частные феномены - политические институты, идеология, программы, события, действия и т. д.
- 2) *Международное сотрудничество* - всестороннее развитие туристических связей, наиболее полное удовлетворение заинтересованных стран на основе добровольности, доступности, регулярности, непрерывного роста качества и совершенствования туристических отношений<sup>78</sup>.
- 3) *Политическая обстановка* - состояние политической жизни общества в различных ее проявлениях; совокупность условий политического существования. Это сложное, многогранное явление, обусловленное комплексом объективных (экономических, политических, социальных и др.) и субъективных (идеологических, личностных и прочих) факторов бытия<sup>79</sup>.
- 4) *Государственная политика в области туризма* - это система методов, мер и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера, которая осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениям в целях создания условий для развития туристской индустрии, рационального использования туристических ресурсов, повышения эффективности функционирования системы туризма<sup>80</sup>.
- 5) *Участие в туристических мероприятиях* – участие в выставках, ярмарках, конференциях и других мероприятиях, связанных с туристической деятельностью.

---

<sup>77</sup> Lib.Sale // ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКИЙ URL: <http://lib.sale/munitsipalnoe-upravlenie-gosudarstvennoe/faktor-politicheskij-74351.html> (дата обращения 03.12.2016).

<sup>78</sup>Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. С. 198-201.

<sup>79</sup> Центр дистанционного обучения ОРАГС // ПОЛИТИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ, ВОПРОСЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ URL: <http://orags.narod.ru/manuals/polit/8.htm> (дата обращения 20.12.2016).

<sup>80</sup>Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009. - 320 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»). С. 76-93.

- 6) *Правовые условия* – регулирование сферы туризма законодательными актами и постановлениями правительства.
- 7) *Экономические условия* – введение определенного визового режима в отношении какой-либо страны, а также налоговая политика (сбор на въезд).
- 8) *Условия, связанные с транспортной доступностью* – действия, направленные на отмену, возобновление транспортных пассажирских средств, а также введение новых.
- 9) *Политическая нестабильность* – состояние политической системы, при котором возможны беспорядки, революции и войны в государстве.
- 10) *Геополитические отношения* – это относительное единство и борьба между различными государствами.

Схема 1

### Логическая схема структурной операционализации



### **Гипотезы исследования:**

*Основная гипотеза:* количество выезжающих за рубеж туристов зависит от политических факторов; для международных туристов важен политический фактор.

Основная гипотеза «нейтральна» по отношению к выделенным исследуемым факторам, оказывающим влияние на международный туризм. Поэтому целесообразно сформулировать *дополнительные гипотезы:*

- 1) Государственная политика в области туризма слабо влияет на международные туристические потоки; государственная политика в области туризма не имеет значения для россиян при выборе страны посещения.
- 2) Политическая обстановка оказывает огромное влияние на международные туристические потоки; политическая обстановка оказывает огромное влияние на планирование путешествия.
- 3) Международное сотрудничество стран в редких случаях может положительно повлиять на развитие международного туризма; международное сотрудничество государств в редких случаях может привлечь внимание туриста при выборе страны посещения.
- 4) Количество выезжающих за рубеж туристов может увеличиваться при наличии политической нестабильности; политическая нестабильность не может отпугнуть выезжающих за рубеж туристов.

### **Задачи исследования:**

Для проверки основной гипотезы необходимо определить, в какие страны международный поток российских туристов уменьшился, а в какие – увеличился, и как на это повлияли выделенные политические факторы; какие факторы оказывают влияние на выбор туристами страны посещения.

Для проверки дополнительных гипотез предполагается решить следующие задачи:

- 1) Изучить влияние каждого политического фактора в отдельности.
- 2) Оценить влияние (положительное, нейтральное, негативное) политических факторов на международные туристические потоки.

- 3) Рассмотреть зависимость влияния политического фактора и количества выезжающих туристов.
- 4) Выявить условия, которые могут больше всего повлиять на выбор страны при планировании путешествия.
- 5) Определить страны, которые привлекают российских туристов, а какие нет.
- 6) Оценить мнение россиян по поводу выбора иностранных туристов, приезжающих в Россию.

### **Методы сбора информации:**

Основные методы сбора информации:

- сбор первичной социологической информации при помощи метода контент-анализа, а также анкеты «Влияние политических факторов на международный туризм».

Для контент-анализа была выбрана российская газета «РБК», имеющая электронную версию в сети Интернет.

В качестве единицы анализа контент-аналитического исследования выступают статьи, размещенные на электронном сайте «РБК» в период с 1 июля 2014 г. по 31 декабря 2016 г. Генеральная совокупность была определена с помощью строки поиска на сайте электронной газеты, в нее было введено ключевое слово «туризм».

**Единицы измерения:** участие в туристических мероприятиях и встречи представителей государств; правовые условия, экономические условия, условия, связанные с транспортной доступностью; политическая нестабильность в стране, геополитические отношения и терроризм.

Логическая структура анкеты показана в таблице.

Таблица. Логическая структура анкеты

Операциональные понятия	Индикаторы	Тип шкалы измерения	Номер вопроса в анкете
I. Международный туризм в жизни населения			
Выезды за границу	факт выезда за границу	номинальная	1
Популярные для россиян страны	страна	номинальная	2
Непривлекательные страны для россиян	страна	номинальная	3
II. Факторы, оказывающие влияние на международный туризм			
Туристические мероприятия (выставки, ярмарки)	осведомленность	номинальная	10
Условия, влияющие на выбор страны	фактор	номинальная	11
	страна	номинальная	12
Важность факторов	оценка факторов	ранговая	16
III. Осведомленность населения о событиях в мире			
Осведомленность о событиях	важность	номинальная	6
Важность событий, происходящих в мире	события	номинальная	5
Оценка СМИ	источники информации	номинальная	4
Интернет-ресурсы	факт посещения	номинальная	7
	название	номинальная	8
	частота посещения	интервальная	9
IV. Оценка населением выбора иностранных туристов, приезжающих в Россию			
Привлекательность России	факт привлекательности	номинальная	13
	страна	номинальная	14
	причина	номинальная	15
V. Социально-демографические характеристики			
Пол	пол	номинальная	17
Возраст	полных лет	номинальная	18
Образование	уровни образования	номинальная	19
Социальное положение	занятость	номинальная	20

## **Приложение 2. Анкета социологического опроса на тему: «Влияние политических факторов на международный туризм»**

Уважаемый Респондент! Приглашаем Вас принять участие в опросе, цель которого — выяснение мнения жителей России по поводу влияния политических факторов на международные туристические потоки. Ваши ответы окажут помощь в научном анализе этой актуальной проблемы. Это исследование проводится исключительно в научных целях, и собранные данные будут использованы в обобщенном виде.

При заполнении анкеты внимательно прочитайте все варианты ответа и выберите из них наиболее подходящий (наиболее подходящие). Если ни один из предложенных вариантов не соответствует Вашему мнению, впишите, пожалуйста, свой вариант в специально отведенной строке.

**1. В наши дни очень часто бывает, что люди посещают зарубежные страны. Скажите, пожалуйста, Вы выезжаете за границу?**

1. Да



2. Нет, но собираюсь
3. Нет, и не собираюсь

**2.Какие страны для зарубежных поездок, по вашему мнению, наиболее популярны для россиян на сегодняшний день? (напишите) \_\_\_\_\_**

**3.Есть ли страны, которые Вы бы не хотели посещать по каким-то причинам? (напишите) \_\_\_\_\_**

**4.В современном мире существует достаточно много способов получения информации. Скажите, пожалуйста, откуда Вы узнаете информацию о различных событиях, происходящих в мире? Можно выбрать несколько вариантов.**

1. - По радио
2. - Из интернета
2. - По телевизору
3. - Из газет
4. – Другое (*напишите*) \_\_\_\_\_

**5.Какие события, происходящие в мире в последнее время, существенны для Вас? (напишите) \_\_\_\_\_**

**6.Как Вы считаете, важно ли знакомиться с последними новостями, касающимися страны, которую Вы хотите посетить в ближайшее время?**

- 1 - Да, это необходимо делать в любом случае
- 2 - Думаю да, но это не является обязательным действием для меня
- 3 - Нет, не считаю это нужным

**7.Посещаете ли Вы какие-либо Интернет-ресурсы, специализирующиеся на деятельности туризма?**

- 1 – Да
- 2– Нет

**8.Какие Интернет-ресурсы, специализирующиеся на деятельности туризма, Вы посещаете? (напишите) \_\_\_\_\_**

**9.Насколько часто Вы посещаете данные Интернет-ресурсы?**

- 1 – ежедневно
- 2 - 2-3 раза в неделю
- 3 – 1 раз в неделю
- 4 – 2-3 раза в месяц
- 5 – раз в месяц
- 6 – реже, чем раз в месяц

**10.Приходилось ли Вам когда-либо слышать о международных выставках, ярмарках и других подобных мероприятиях, связанных со сферой туризма?**

- 1 -Да
- 2 -Нет
- 3-Я посещал(а) такое мероприятие

**11.Какое условие, по вашему мнению, может больше остальных повлиять на выбор страны для посещения?**

- 1.– удобное авиа/ железнодорожное сообщение со страной
- 2.-безвизовый/визовый режим с данной страной
- 3.-уровень безопасности в этой стране
- 4.– сложившиеся отношения между Россией и страной посещения
- 5.–другое

**12.Какие из этих стран Вы бы посетили, а какие нет с точки зрения того условия, которое было выбрано Вами в предыдущем вопросе?**

	Посетил(а) бы	Не посетил(а) бы
Япония		
Латвия		
Армения		

Китай		
Сербия		
Испания		
Финляндия		
Турция		
Абхазия		
Швеция		
Индия		
Греция		
Грузия		
Египет		
Франция		
Тунис		

**13. Как Вы считаете, привлекательна ли Россия, как туристическое направление, для иностранцев?**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

**14. Как Вы думаете, исходя из вашего опыта, туристы из какой зарубежной страны в основном посещают Россию? (напишите) \_\_\_\_\_**

**15. Скажите, пожалуйста, на ваш взгляд, по какой причине туристы именно из этой зарубежной страны, выбранной Вами в предыдущем вопросе, посещают Россию? (напишите) \_\_\_\_\_**

**16. Оцените, пожалуйста, важность представленных факторов в развитии международного туризма по 5-ти балльной шкале (1 – не важен; 5 – очень важен)**

	1	2	3	4	5
участие стран в различных туристских мероприятиях					
встречи представителей государств по поводу вопросов в сфере туризма					
законодательные изменения внутри государства в сфере туризма					
политическая обстановка в стране					
геополитические отношения между странами					
терроризм					

В заключении сообщите некоторые сведения о себе:

**17. Ваш пол:**

1 – Мужчина

2 – Женщина

**18. Сколько Вам полных лет? (напишите)** \_\_\_\_\_

**19. Ваше образование:**

1 - Среднее общее

2 -Среднее специальное

3 -Незаконченное высшее

4 -Высшее

5 -Аспирантура, ученая степень

**20. Ваше социальное положение:**

1. – Рабочий

2. - Служащий

3. - Домохозяйка

4. - Военнослужащий
5. - Индивидуальный предприниматель
6. –Другое (*напишите*)\_\_\_\_\_

Большое спасибо за оказанную помощь в проведении  
данного социологического исследования!