

---

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

---

УДК 338.48  
DOI: 10.31249/espr/2023/04.01

**М.В. Кобяк, Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин, Д.А. Бакеев\***

### РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОГО ЛАНДШАФТА

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние геоэкономических, геополитических и социальных факторов на развитие мирового и местного туризма. Первоначальное негативное воздействие пандемийных ограничений на развитие глобальной индустрии туризма усугубилось сложившимися в настоящее время геоэкономическими и geopolитическими рисками. Анализ показал, что эти риски увеличивают неопределенность и оказывают существенное отрицательное влияние на туристский спрос, который во многом носит нелинейный характер. В таких

---

\***Кобяк Марина Викторовна**, д-р экон. наук, профессор кафедры гостиничного и туристического менеджмента Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия). E-mail: Kobyak.MV@rea.ru

**Kobyak Marina**, DSn (Econ. Sci.), Professor of the Department of Hotel and Tourism Management, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia). E-mail: Kobyak.MV@rea.ru

**Ильина Елена Львовна**, канд. экон. наук, доцент кафедры гостиничного и туристического менеджмента Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия). E-mail: Ilina.EL@rea.ru

**Ilina Elena**, PhD (Econ. Sci.), Associate professor of the Department of Hotel and Tourism Management, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia). E-mail: Ilina.EL@rea.ru

**Латкин Александр Николаевич**, канд. экон. наук, доцент кафедры гостиничного и туристического менеджмента Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия). E-mail: Latkin.AN@rea.ru

**Latkin Aleksander**, PhD (Econ. Sci.), Associate professor of the Department of Hotel and Tourism Management, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia). E-mail: Latkin.AN@rea.ru

**Бакеев Дмитрий Александрович**, старший преподаватель кафедры гостиничного и туристического менеджмента Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия). E-mail: Bakeev.DA@rea.ru

**Bakeev Dmitry**, Senior lecturer of the Department of Hotel and Tourism Management, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia). E-mail: Bakeev.DA@rea.ru

© Кобяк М.В., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Бакеев Д.А., 2023

условиях выбор дестинации туристами в большой степени зависит от их восприятия риска и личностных качеств, а также от уникальности дестинации. На основе проведенного исследования авторами сделаны выводы о произошедших изменениях в российской туринастрии в условиях глобальных геоэкономических вызовов и выделены ее основные точки роста.

**Ключевые слова:** геоэкономика; глобальная индустрия туризма; индустрия российского туризма; туристская дестинация; турпоток.

**Для цитирования:** Развитие индустрии туризма в России в условиях современного геоэкономического ландшафта / Кобяк М.В., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Бакеев Д.А. // Экономические и социальные проблемы России. – 2023. – № 4. – С. 13–28.

**M.V. Kobyak, E.L. Ilina, A.N. Latkin, D.A. Bakeev**  
**Development of the tourism industry in Russia in the conditions**  
**of the modern geo-economic landscape**

**Abstract.** In the article, influence of geo-economic and other factors on the development of global and local tourism are studied. Initial negative impact of pandemic restrictions on the development of global tourism industry has been aggravated by current risks. Analysis showed that these risks increase uncertainty and have significant negative impact on tourism demand. In such conditions, choice of destination by tourists largely depends on their perception of risk, as well as their personal qualities and uniqueness of the destination. The authors drew conclusions about changes that have occurred in the Russian tourism industry and also identified the main points of its growth.

**Keywords:** геоэкономика; глобальная индустрия туризма; российская индустрия туризма; туристская дестинация; турпоток.

**For citation:** Development of the tourism industry in Russia in the conditions of the modern geo-economic landscape / Kobyak M.V., Ilina E.L., Latkin A.N., Bakeev D.A. // Economic and Social Problems of Russia. – 2023. – N 4. – P. 13–28.

## Введение

Глобальная индустрия туризма испытала беспрецедентный удар во время пандемии COVID-19, а нынешние ограничения, связанные с продолжающейся Специальной военной операцией (СВО), создают дополнительные проблемы. Во всем мире, и особенно в России, международный туризм страдает по трем основным причинам. Во-первых, кризис оказал разрушительное воздействие на те местные экономики, которые зависят от притока туристов как источника прибыли и роста. Во-вторых, хотя небольшая часть предприятий туризма и гостеприимства смогла переключиться на внутренний туризм и / или другие услуги, тысячи специалистов в сфере туризма были вынуждены уволиться, когда их работодателям пришлось либо сократить штат, либо прекратить деятельность. Наконец, ограничения на международные поездки повлияли на свободу культурного и социального обмена в целом, что имеет решающее значение для укрепления позитивных связей между странами.

Современное развитие сферы туризма и гостеприимства в России, как и во всем мире, определяется существенным влиянием геоэкономических, социальных и этнокультурных факторов [Джанджугазова, 2022, с. 36–39]. Первоначально вызванные пандемией затруднения коммуникаций и резкое сокращение объемов въездного туризма в большинстве стран привели к негативным последствиям в туристской индустрии, которые в настоящее время осложняются текущими геополитическими и геоэкономическими условиями. В этой ситуации для совершенствования и развития сложившихся форм туризма, а также формирования новых, активно набирающих популярность туристских направлений (таких, как ретрит-туризм<sup>1</sup>, джайллоо-туризм<sup>2</sup>, кинотуризм<sup>3</sup>, литературный<sup>4</sup>, приключенческий<sup>5</sup>, гастрономический<sup>6</sup>, ностальгический<sup>7</sup>, инклузивный<sup>8</sup> и др.), необходима разработка актуальной модели внутреннего туризма с возможностью ее применения в регионах России [Гареев, 2022, с. 125]. Воздействие геоэкономических, социальных и этнокультурных факторов международного туризма, в недалеком прошлом сыгравшее значительную роль в формировании новых видов и направлений зарубежных путешествий и маршрутов, сегодня необходимо целенаправленно переориентировать на

---

<sup>1</sup> Ретрит-туризм – это путешествия, главная цель которых – самопознание, духовное или физическое развитие и самосовершенствование, а также восстановление жизненной энергии. Обычно программа ретрит-турсов включает медитации, различные практики и свободное время для размышлений.

<sup>2</sup> Целью джайллоо-туризма являются путешествия в населенные коренными народами труднодоступные места, которых цивилизация практически не коснулась. Во время такого путешествия турист имеет возможность пожить некоторое время в примитивных, а в некоторых случаях в первобытных условиях, и полностью отключиться от проблем цивилизации.

<sup>3</sup> Кинотуризм представляет собой посещение достопримечательностей, где проходили съемки какого-либо фильма.

<sup>4</sup> Литературный туризм связан с местами и событиями, описываемыми в литературных произведениях, а также с жизнью авторов этих произведений.

<sup>5</sup> Приключенческий туризм – это внутренние или международные поездки, включающие, по крайней мере, два из следующих аспектов: физическая активность, взаимодействие с природой и обучение или культурный обмен; они позволяют туристу совершать открытия, искать решения проблем и встретиться с неизвестным.

<sup>6</sup> Основная цель гастрономического туризма – знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии.

<sup>7</sup> Ностальгический туризм – особый вид туризма. Его цель – путешествие в родные места, где когда-то жили родители и близкие родственники, а также знакомство с особенностями народной культуры и быта. Ностальгический туризм связан со специфичной мотивацией туристов, особой географией посещаемых мест, индивидуализацией путешествия и часто с возрастными особенностями путешественников.

<sup>8</sup> Инклузивный туризм предполагает постоянное обеспечение доступности туристских направлений, продуктов и услуг для всех людей, независимо от их физических, интеллектуальных особенностей или возраста.

внутренний туристский рынок для поддержки отечественной индустрии туризма и гостеприимства [Васильева, Галкин, 2023, с. 53–55].

Авторы полагают своей целью исследование современного российского и международного туризма в контексте его связей и взаимозависимостей с современными geopolитическими, социальными и этнокультурными явлениями сложного и динамично меняющегося мира через призму геоэкономической концепции, а также формирование на ее базе основных направлений и подходов к разработке модели внутреннего туризма в России.

### **Взаимосвязь геоэкономических факторов и geopolитических рисков в туризме**

Термин «геоэкономика» является одним из новейших дискурсов, появившихся за последние 50 лет в политической географии [Đukić, Jerković, 2007, р. 193–197]. С наступлением геоэкономической эры в начале XXI в. возрос интерес к определенным регионам и дестинациям. Учитывая, что геоэкономическое положение включает в себя значение политических и экономических ресурсов [Mercille, 2008, р. 570–580], различные авторы расставляют разные акценты в определении геоэкономики. Эдвард Люттвак (Edward Luttwak), американский экономист, и Паскаль Лувер (Pascal Louvert), французский экономист и политик, впервые ввели понятие геоэкономики и в его определении отметили, что геоэкономика оценивает отношения между экономикой и географией на основе пространственных, временных и политических аспектов [Luttwak, 1990, р. 17–23; Søilen, 2012]. Другое определение геоэкономики подчеркивает, что она объясняет экономическую мощь наций через отношения между экономикой и географией. Геоэкономика выходит на первый план, когда экономические потенциалы стран полностью или частично связаны с географическими особенностями [Afshar, 2012, р. 10]. Этот термин представляет собой новую стратегию, которая за последние 50 лет заменила другой термин – «геостратегия», и является основой для достижения региональных экономических целей правительствами разных стран [Ezzati, 2007, р. 15–30]. Кроме того, геоэкономика является новой средой межправительственных коммуникаций, в которой реализуются национальные интересы государств. Подобные подходы к определению геоэкономики разделяются представителями научных кругов и различных политических и международных организаций [Ezzati, 2011, р. 32–51].

В геоэкономике новой эпохи роль на международной арене и эффективность государств зависят от их ресурсов и экономического потенциала, которые и определяют массовые адаптационные стратегии на географических территориях. Опираясь на эти потенциалы, региональные игроки могут участвовать в глобальной экономике либо в качестве производителей, либо в качестве дистрибуторов [Ezzati, 2007, р. 82–90]. Секторами экономики, в которых география играет ключевую роль, являются сельское хозяйство,

ресурсами, коммуникации, транспорт, промышленность и сфера услуг. Одной из существенных отраслей современной глобальной экономики является индустрия туризма, на долю которой в настоящее время приходится более 10% мирового валового внутреннего продукта (ВВП) [Джанджугазова, 2022, с. 36–37]. Благодаря повышению благосостояния населения многих стран и быстрому технологическому развитию, сегодня туризм стал одной из важнейших и быстро растущих мировых отраслей.

Нельзя не учитывать тот факт, что глобальный туризм подвержен влиянию геополитических факторов, таких как возникновение чрезвычайных ситуаций и терроризм [Lanouar, Goaied, 2019, р. 406–410]. Доступная литература о взаимосвязи политического риска и туризма показывает, что геополитические конфликты, напряженность или политические риски порождают неопределенность и неустойчивость в экономической и политической обстановке, что существенно влияет на спрос на туристические услуги [How to re-emerge … , 2015, р. 53–57; Muzindutsi, Manaliyo, 2016, р. 175–182].

Вместе с тем ряд авторов [Geopolitical risks and … , 2017, р. 165–170] утверждают, что сектор туризма реагирует на внешние шоки и приспосабливается к изменяющимся политическим и экономическим условиям за счет собственной трансформации и развития. Таким образом, характерные особенности как внутренней, так и внешней политической и экономической среды оказывают большое влияние на туризм и задействованных в нем рыночных агентов.

При этом, по мнению других специалистов [Drakos, Kallandranis, 2015, р. 602–606; Omar, Wisniewski, Nolte, 2017, р. 500–508], выбор туристами определенной дестинации в значительной степени зависит от их восприятия риска. Исследования показывают, что туристы демонстрируют более высокую готовность платить за товары и услуги в более безопасных местах. Поскольку ни одной стране до сих пор не удалось защитить свою туристскую отрасль от негативного воздействия геополитических рисков, последние могут оказать существенное влияние на международные туристские прибытия, количество ночевок, туристский импорт и другие аспекты туризма [Lanouar, Goaied, 2019, р. 408–412].

Широко распространено понимание того, что личная безопасность высоко ценится каждым и что люди стараются избежать любой формы угрозы своей личной безопасности. Наличие опасности в местах, предоставляемых туристские услуги, с большой вероятностью приводит к снижению количества принимаемых туристов: ощущение незащищенности в стране-поставщике услуг туризма может вызвать значительную тревогу в связи с поездкой, что негативно влияет на количество прибывающих туристов и продолжительность их пребывания. Однако туристы могут быть готовы пойти на риск благодаря аутентичности и исключительности дестинации. Ряд работ показал, что влияние политической нестабильности / терроризма на туризм может быть нелинейным, т.е. эти факторы начинают

отрицательно влиять на туризм лишь после достижения определенного порога [Harb, Bassil, 2019, р. 502–509; Mitra, Pham, Bandyopadhyay, 2018, р. 2860–2870]. Результаты проведенных в этой сфере исследований [Sharifpour, Walters, Ritchie, 2013, р. 545–552; Morakabati, Kapuscinski, 2016, р. 510–513] дают основания полагать, что склонность к риску варьируется в зависимости от особенностей туристских групп и в основном определяется личностными качествами туристов, а также степенью уникальности дестинации.

Исследователи [Das, Kannadhasan, Bhattacharyya, 2019, р. 11–19] приходят к выводу о том, что геополитический риск может быть связан с рыночной волатильностью. Это мнение подтверждается другими учеными [Geopolitical risks and …, 2018, р. 295–301], утверждающими, что геополитический риск является основным фактором, влияющим на бизнес-циклы, финансовые рынки и направления развития экономики. Потрясения и нестабильность оказывают как временное, так и постоянное воздействие на туристский спрос. Так, террористические акты и политическая нестабильность в значительной степени способствуют колебаниям туристского спроса в краткосрочной перспективе [Bassil, Saleh, Anwar, 2019, р. 50–70; Valedinskaya, Astafeva, 2021, р. 613].

Некоторые авторы утверждают, что туризм в целом устойчив к неблагоприятному воздействию геополитических рисков [Uriely, Maoz, Reichen, 2009, р. 510–520]. Геополитические конфликты часто игнорируются в тех случаях, когда есть возможность для обеих сторон (туристов и принимающей страны) получить выгоду от туризма. В качестве яркого примера приводится успех туристской индустрии Израиля, где периодически происходят дестабилизирующие конфликты [Krakover, 2013, р. 132–142]. Однако, как правило, эмпирические данные в подавляющем большинстве случаев свидетельствуют об отрицательной связи между элементами геополитического риска и туризмом.

Отношения между странами в современном мире превратились в сложную систему, которая затрагивает и впоследствии влияет на такие области деятельности, как экономика, политика, бизнес, финансы, торговля и туризм, тем самым повышая взаимозависимость государств в геоэкономическом и геополитическом контекстах. Лучшее понимание связи между внешними потрясениями и притоком туристов в страну позволит практикам в разработке стратегии по повышению устойчивого экономического развития туристского направления [Бакеев, 2022, с. 115–117].

### **Тенденции и риски развития российского туризма в современном геоэкономическом контексте**

*Тенденции.* Санкции в отношении России, рост инфляции во многих странах мира и резкое уменьшение потоков российских и украинских туристов вынудили специалистов пересмотреть прогнозы по туризму в

глобальном геоэкономическом контексте [How the war in ... , 2022; Kozlov, 2021, p. 115].

До пандемии, нарушившей глобальные туристские потоки, Россия была 11-м по величине источником туристов в мире, а Украина – 13-м. Основываясь на данных Всемирной туристской организации, авторы подсчитали, что в 2019 г. на обе страны пришлось 75 млн туристских поездок, или 5% от общемирового показателя. Анализ расходов туристов во время путешествий показывает, что вклад россиян и украинцев был еще более существенным. В 2019 г. их общая сумма составила 50 млрд долл. США (около 8% от общемирового показателя). Одна только Россия занимала седьмое место в мире по величине туристских расходов [Global and regional tourism ... , 2023].

Однако теперь большинство российских и украинских туристов не участвуют в мировых туристских потоках. В абсолютном выражении Турция была самым популярным направлением для обеих стран в 2018 г., приняв 6 млн российских и 1,4 млн украинских туристов, что составило 16% от общего числа туристов, прибывших в Турцию в том году [Global and regional tourism ... , 2023]. Несколько миллионов россиян посетили азиатские страны, такие как Таиланд и Китай, а также соседние страны, такие как Казахстан, которые в настоящее время все еще открыты для них (рис. 1). Однако другие популярные направления (главным образом, европейские) теперь закрыты для россиян.

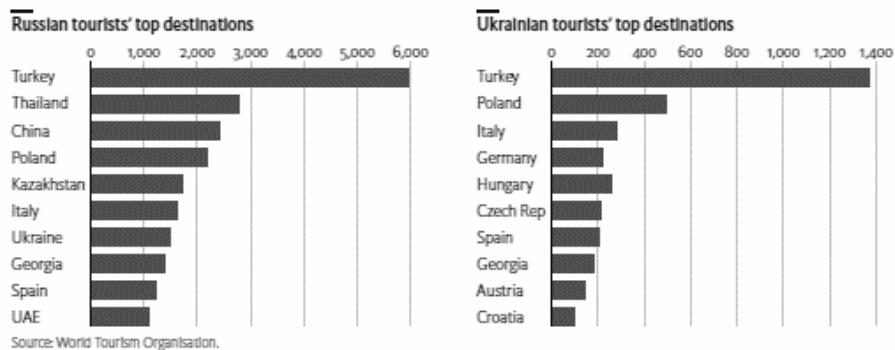
Некоторые небольшие туристские направления, связанные с приемом туристов из России или Украины, страдают еще сильнее. Так, в 2019 г. россияне составили 20%, 29 и 36% всех туристов, посетивших Кипр, Черногорию и Латвию соответственно (рис. 1). Между тем потеря туристских расходов будет остро ощущаться в дестинациях, привлекающих самых богатых российских и украинских туристов, которые обычно тратят большие суммы на отели, рестораны и покупку предметов роскоши. К ним относятся такие города, как Милан, Лондон и Париж, а также популярные курортные города, такие как Карловы Вары в Чехии или Баден-Баден в Германии.

Многие крупные западные туристские компании объявили, что они выводят бизнес из России. «Тяжеловесы» туристской индустрии, такие как Airbnb, Booking Holdings и Marriott, были среди корпораций, объявивших о выведении своей деятельности из России. Кроме того, несколько зарубежных туроператоров обязались полностью отменить поездки в Россию.

Международная консалтинговая компания Skift (предоставляет услуги по исследованию рынка и маркетингу в индустрии туризма, а также является ведущим источником новостей для руководителей туристских компаний; новостной сайт туристской индустрии) в декабре 2022 г. опубликовала список, в котором задокументированы компании, объявившие о сокращении бизнеса в России (табл. 1).

**Tourism will be hard hit by the Russia-Ukraine war**

(arrivals by destination in 2018; '000)



**Рис. 1.** База для анализа приоритетных туристских дестинаций для российских и украинских туристов (прибытия по направлениям в 2018 году; тыс. человек)

Составлено авторами по данным: [Global and regional tourism ... , 2023].

Таблица 1  
**Компании, заявившие об ограничении деятельности в России\***

Название компании	Содержание ограничительных действий
Accor	Приостановка будущих инвестиций; 55 отелей, принадлежащих третьим лицам, все еще открыты
AerCap	Приостановка лизинга самолетов
Airbnb	Приостановка бронирования
Airbus	Приостановка поставок подвесных деталей и обслуживания
Alaska Airlines	Приостановка партнерства
Alphabet / Google Travel	Отключение рекламодателей из России, но есть объявления для российских листингов
Amadeus IT	Приостановка бронирования Аэрофлота, но сохранение системы обслуживания пассажиров
American Airlines	Приостановка полетов над воздушным пространством России
American Express	Приостановка деятельности; карты, выпущенные российскими банками, не будут поддерживаться сетью Amex
Blacklane	Приостановка отношений со всеми российскими корпорациями и туроператорами, включая их глобальные дочерние компании
Boeing	Приостановка поставок подвесных деталей, обслуживания, технической поддержки и закупки титана
Bombardier	Ограничение новых деловых сделок
Booking Holdings	Приостановка деятельности
Carnival	Прекращение маршрутов по России
Cloudbeds	Приостановка деятельности, включая обслуживание партнеров и клиентов, которые работают в России
Delta	Приостановка сотрудничества с Аэрофлотом

Продолжение табл. 1

Название компании	Содержание ограничительных действий
eDreams Odigeo	Приостановка российского сайта и удаление России из своего списка
Expedia	Приостановка продажи путешествий в Россию и из России
GetYourGuide	Приостановка бронирования
G Adventures	Приостановка туров, не принимают заказы от российских агентств
Hilton	Приостановка новых инвестиций; по-прежнему управляет 26 отелями
HRS	Приостановка обслуживания в России
Hyatt	Приостановка инвестиций и новых разработок
IHG	Закрытие офиса; приостановка будущих инвестиций; отели, принадлежащие третьим лицам, по-прежнему открыты
Intrepid Travel	Приостановка деятельности в России
Kensington Tours	Приостановка бронирования
Korean Air Lines	Отмена полетов над воздушным пространством России, несмотря на то что на компанию не распространяется запрет на него
Marriott	Закрытие офиса; приостановка будущих инвестиций; 28 отелей, принадлежащих третьим лицам, все еще открыты
Mastercard	Прекращение поддержки карт российских банков сетью Mastercard
Norwegian Cruise Lines	Прекращение маршрутов по России
Regent Seven Seas Cruises	Прекращение маршрутов по России
Reed & Mackay	Сворачивание действия партнерского соглашения с клиентами, имеющими офисы в России, по вопросам эвакуации / репатриации
Rick Steves	Приостановка туров
Sabre	Приостановка бронирования Аэрофлота, но сохранение системы обслуживания пассажиров
Skyscanner (owned by Trip.com)	Отключение российского контента; удаление транзакционной платформы Skyscanner
SmarTours	Отмена маршрутов по России
Tauck	Приостановка туров по России и остановок в России
Travelpoint	Приостановка бронирования Аэрофлота
The Travel Corporation	Приостановка туров по России и остановок в России
TripActions	Прекращение поддержки путешествий в Россию; остановка действия карты Tripactions Liquid для транзакций в России
Tripadvisor/Viator	Удаление «пропаганды, связанной с Кремлем», и рекламы России
TUI Group's Musement and GoTui.com	Приостановка продажи мероприятий, которыми предстоит заниматься в России
Uber	Удаление «пропаганды, связанной с Кремлем», и рекламы России
United Airlines	Отмена полетов над воздушным пространством России
Visa	Прекращение поддержки кредитных карт, выпущенных российскими банками, сетью Visa

\*Составлено авторами по данным [How Russia's War ... , 2023].

Однако некоторые известные мировые бренды по-прежнему ведут бизнес в России, в том числе компания Accor. Президент и генеральный директор Accor Себастьян Базен (Sébastien Bazin) заявил во время прошлогоднего европейского форума Skift Forum Europe, что компания Accor за всю свою историю никогда не прекращала работу в странах, где ведутся военные действия. С. Базен добавил, что решение Accor не было обусловлено вопросами рентабельности, отметив, что Россия далека от прибыльного рынка для компании. Между тем, несмотря на блокировку рекламы российских компаний, Google Travel по-прежнему размещает информацию об отелях в России, предоставленную рекламодателями из-за пределов страны [How Russia's War ..., 2023].

**Последствия для российских туристов.** Такие страны, как Эстония, Латвия, Польша и Финляндия, долгое время полагающиеся на российских путешественников, предприняли шаги для ограничения туристских потоков из одного из своих основных рынков-источников: запретили въезд гражданам России по ранее выданным туристским визам, а также прекратили выдачу собственных туристских виз российским путешественникам. Эти меры были частью коллективной стратегии по оказанию давления на российское правительство с целью прекращения СВО.

СВО также ускорила планы Кипра по диверсификации своей туристской базы, поскольку средиземноморское островное государство запретило полеты из России. По оценкам экспертов, на российские и украинские рынки приходилось примерно 22% туристских прибытий в страну, а сейчас эта цифра упала практически до нуля [How the war in ..., 2022].

Однако Таиланд, Мальдивы и Дубай активно принимают российских гостей. Возобновление прямых рейсов из России в Таиланд привело к почти семикратному увеличению числа российских туристов в 2022 г. по сравнению с предыдущим годом. Власти Таиланда ожидают, что в 2023 г. страну посетят более 1 млн российских путешественников [How Russia's War ..., 2023].

Популярность Дубая и Мальдивских островов среди российских путешественников возросла, причем Россия является одним из ведущих рынков-источников для обоих направлений.

**Последствия для туристских компаний и направлений.** Александр Карпецкий, генеральный директор Dominicana Pro, туроператора из Доминиканской Республики, специализирующегося на поездках российских и украинских путешественников, сказал, что из-за отсутствия путешественников его сотрудники остались без работы [How Russia's War ..., 2023].

Туристская индустрия и экономика Вьетнама серьезно пострадали после приостановления государственной компанией Vietnam Airlines полетов в Россию и обратно вскоре после начала СВО. В 2022 г. Вьетнам посетили менее 40 тыс. россиян, что почти на 94% меньше по сравнению с 2019 г., когда страну посетили 650 тыс. туристов из России. Кроме того, согласно данным, собранным Национальной администрацией туризма

Вьетнама, российские путешественники обычно тратят больше, чем посетители из других стран, поэтому такое значимое сокращение потока туристов наносит ощутимый урон вьетнамской экономике [Vietnam National Administration … , 2023].

**Турция становится центром деловых поездок для репатрированных российских корпораций.** Решение Турции не вводить санкции против России побудило многие российские компании открыть свои филиалы в стране. В 2022 г. офисы открыли около 1400 российских предприятий – больше, чем в любой другой зарубежной стране [How Russia's War … , 2023]. Российские корпорации рассматривают Турцию как нейтральную торговую площадку, поскольку страна позволяет им торговаться с фирмами, которым запрещено напрямую сотрудничать с Россией, особенно с американскими компаниями. Сотни американских корпораций обосновались в Турции после закрытия своих операций в России.

В последние годы также увеличилось количество рейсов между двумя странами. В 2023 г. количество рейсов из России в Турцию выросло на 45% по сравнению с предыдущим годом. А турецкий авиаперевозчик Turkish Airlines увеличивает количество пассажиромест в Россию и из России в текущем году на 55% по сравнению с уровнем прошлого года [How Russia's War … , 2023].

### **Вызовы и риски**

**Временное закрытие ряда направлений.** С февраля 2022 г. стало сложно приобретать туры в ряд стран, особенно в европейские. На данный момент забронировать тур в Европу – очень сложная задача. Особенно негативно это сказывается на тех турагентствах, которые специализировались на поездках в Европу.

**Некоторые агрегаторы прекратили работу.** В прошлом году два крупнейших агрегатора бронирования – booking.com и airbnb – приостановили свою деятельность в России. Ежегодно их услугами пользовались около 1,5–2 млн российских и примерно столько же иностранных туристов, приезжавших в Россию [Джанджугазова, 2022, с. 41–42]. Поэтому отели были вынуждены искать новые каналы продвижения и продаж, чтобы удержать клиентов.

**Снижение субсидий авиакомпаниям.** В мае 2023 г. программа субсидирования региональных рейсов была скорректирована: ее объем сокращен на 1,5 млрд руб. (с 9 до 7,5 млрд) [Васильева, Галкин, 2023, с. 50–51]. Причина – оптимизация расходов федерального бюджета. При этом Росавиация отнеслась к распоряжению правительства формально и исключила из программы все те маршруты, по которым не было договоров софинансирования с региональными властями. Среди пострадавших регионов оказались такие популярные туристические направления, как Санкт-Петербург, Дагестан, Северная Осетия, Татарстан, Тюменская область.

Несомненно, это окажет отрицательное влияние на объемы туристских потоков внутри страны.

### **Заключение**

Резюмируя результаты проведенного исследования влияния геоэкономических факторов и анализа развития российского туризма в глобальном геоэкономическом контексте, можно прийти к выводу о том, что актуальная модель внутреннего туризма, о которой говорилось в начале статьи, должна базироваться на точках роста индустрии туризма и учитывать специфику ее применения в разных регионах России. При этом следует принимать в расчет то, какую важную роль в развитии туризма играют геоэкономические, geopolитические, социальные, социокультурные, этнокультурные и коммуникационные особенности отдельных территорий [Туризм как стратегия … , 2022, с. 67–70]. К направлениям, представляющим собой точки роста для российской индустрии туризма в современной ситуации, относятся:

**Разработка новых туроров.** Необходимо внести ясность – речь идет не только о совершенно новых направлениях (в первую очередь в Африку), но и о популярных странах, где существует низкий туристический сезон. К последним относятся, например, Шри-Ланка, Мальдивы и Таиланд. Причина внесезонной популярности азиатских направлений – снижение цен как минимум на 15% летом по сравнению с зимой. Доступная цена и относительно удобная логистика привлекают множество туристов, которые до недавнего времени даже не рассматривали подобные направления.

Среди других интересных, но менее доступных направлений – Малайзия, Филиппины, Лаос, Камбоджа, Эфиопия и Зимбабве. По данным страховых компаний, спрос на туристские полисы в эти страны за последний год увеличился в несколько раз.

Стоит также отметить возросшую популярность китайских курортов. Еще недавно Китай рассматривался в основном как дестинация для событийного и познавательного туризма (знакомство с древней и уникальной культурой), в настоящее время довольно популярны туры на китайские морские курорты (например, остров Хайнань).

**Свободные ниши на гостиничном рынке.** С февраля 2022 г. ряд крупных гостиничных операторов, в том числе IHG, Hilton, Hyatt, Marriot, Sheraton, Ritz-Carlton, покинули Россию. Сильнее всего это оказало влияние на сегмент высокобюджетных отелей, где поддерживаются высочайшие стандарты качества обслуживания, репутация и узнаваемость бренда. Несомненно, «старая» команда может выйти на рынок под новым именем, сохранив все стандарты, но на создание имиджа и репутации уходят годы. Эта ситуация открывает «окно возможностей» на российском рынке для известных гостиничных операторов Китая и Ближнего Востока. По дос-

тупности и качеству обслуживания они как минимум не уступают крупнейшим европейским и американским игрокам.

**Развитие автотуризма.** В настоящее время Россия имеет ряд возможностей для развития автомобильного туризма [Караваны идут по России ..., 2022]. Масштабно строятся новые автомобильные дороги (например, М-12 «Москва – Казань») и реконструируются существующие. Точек притяжения здесь множество: от монастырей с многовековой историей до природных достопримечательностей. Стоит также отметить, что, по данным Росстата, за последнее десятилетие (с 2012 по 2022 гг.) количество автомобилей в России выросло на 44% – с 35 до 50 млн. Растет интерес к автомобильным путешествиям еще и потому, что автотуристы не зависят от самолета (или поезда), расписания активностей туристских групп и могут выбирать подходящий ритм и маршрут движения. Наиболее популярные направления автомобильного туризма – Русский Север, Алтай, Северный Кавказ и Золотое кольцо [Караванинг: влияние на ..., 2022, с. 98–101].

Однако инфраструктура для автомобильного туризма в России еще не достаточно хорошо развита. Речь идет прежде всего о кемпингах и караванинге. Например, портал Объясняем.рф сообщает, что в России насчитывается около 300 площадок для караванинга [Караваны идут по России ..., 2022]. В то же время в Европе и США их число превышает несколько тысяч, и они оборудованы всем необходимым – электричеством, очистными сооружениями, площадками как для палаток, так и для кемперов, и т.д. Вместе с тем, учитывая рост внутреннего туризма, следует ожидать развития мотелей, расположенных на основных магистралях. Это открывает обнадеживающие перспективы для новых игроков рынка и участников автомобильного туризма.

**Государственная поддержка.** С 2020 г. государство активно поддерживает внутренний туризм [Никольская, 2023, с. 10–11]. Для застройщиков гостиниц есть возможность, например, получить выгодные кредиты по льготным ставкам, приобрести землю под строительство по упрощенной процедуре (без торгов). Происходит постепенное восстановление внутреннего туризма и возобновление сообщения с Китаем, поэтому российский гостиничный сегмент становится привлекательным для инвестиций. Участники отечественного рынка заинтересованы в сотрудничестве с международными компаниями для повышения собственных компетенций и уровня сервиса, ознакомления с лучшими практиками и внедрения их в свою работу.

Необходимо признать тот факт, что путешествия и туризм объединяют людей и сближают мир посредством обмена опытом, роста культурной осведомленности и формирования сообществ. Туристская индустрия обеспечивает рабочие места, стимулирует региональное развитие и является ключевым фактором социально-экономического прогресса.

### **Список литературы**

1. Бакеев Д.А. Разработка бизнес-моделей туринастрии как фактор устойчивого развития отрасли на примере городов европейской части России // XXXV Международные Плехановские чтения : сборник статей аспирантов и молодых ученых. – Москва : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2022. – С. 113–117.
2. Васильева Е.А., Галкин Д.В. Перспективы и потенциал развития туризма Алтайского края // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства : сборник статей магистрантов и студентов по направлению «Гостиничное дело» / под редакцией Е.Ю. Никольской. – Москва : Русайнс, 2023. – С. 50–55.
3. Гареев Р.Р. Инклузивные инновации в туристическом и гостиничном бизнесе // Инновации в индустрии питания и сервисе : электронный сборник материалов V Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет». – Краснодар : ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2022. – С. 125–127.
4. Караванинг: влияние на экологию и перспективы развития для малых городов России / Делия В.П., Шкода С.А., Яндушкина К.С., Савинкина Л.А., Кульгачев И.П. // Вестник Академии права и управления. – 2022. – № 1(66). – С. 96–103.
5. Джанджугазова Е.А. Туристский рынок в новой реальности: формирование модели развития // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2022. – Т. 9, № 2. – С. 36–46.
6. Караваны идут по России: что такое караванинг и почему он так популярен? Президент общественной организации «Лига караванеров» Андрей Артюхов // Объясняем. рф. – 2022. – 09.08. – URL: <https://xn--90a1vcdt6dxbc.xn--p1ai/> (дата обращения 27.08.2023).
7. Туризм как стратегия повышения устойчивости развития / Кобяк М.В., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Путина М.В. // Спорт, туризм и гостеприимство в образовательном пространстве: инновации и перспективы развития : сборник материалов Международной научно-практической конференции. Московский государственный университет спорта и туризма. – Москва : Московский государственный университет спорта и туризма, 2022. – С. 67–73.
8. Никольская Е.Ю. Методы и механизмы государственной поддержки развития сферы гостеприимства и туризма // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства : сборник статей магистрантов и студентов по направлению «Гостиничное дело» / под ред. Е.Ю. Никольской. – Москва : Русайнс, 2023. – С. 10–15.
9. Afshar F.M. Examining the Effect of Iran's Geopolitical and Geoeconomic Situation in the Components of its National Power // Policy Making Quarterly. – 2012. – Vol. 3. – P. 10.
10. Geopolitical risks and stock market dynamics of the BRICS / Balcilar M., Bonato M., Demirer R., Gupta R. // Economic Systems. – 2018. – Vol. 42(2). – P. 295–306.
11. Geopolitical risks and the oil-stock nexus over 1899–2016 / Antonakakis N., Gupta R., Kollias C., Papadamou S. // Finance Research Letters. – 2017. – Vol. 23. – P. 165–173.
12. Bassil C., Saleh A.S., Anwar S. Terrorism and tourism demand: A case study of Lebanon, Turkey and Israel // Current Issues in Tourism. – 2019. – Vol. 22(1). – P. 50–70.
13. Das D., Kannadhasan M., Bhattacharyya M. Do the emerging stock markets react to international economic policy uncertainty, geopolitical risk and financial stress alike? // The North American Journal of Economics and Finance. – 2019. – Vol. 48. – P. 1–19.

14. Drakos K., Kallandranis C. A note on the effect of terrorism on economic sentiment // Defence and Peace Economics. – 2015. – Vol. 26(6). – P. 600–608.
15. Đukić A, Jerković S. Geoconomic guidelines of development of tourism: Model of Dubrovnik // Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijić. – 2007. – SASA. – P. 193–201.
16. Ezzati E. Geopolitics in the 21 st Century. – Tehran : Samt Publishing, 2011. – 187 p.
17. Ezzati E. New Theories in Geopolitics. – Tehran : Qoomes Publications, 2007. – 150 p.
18. Global and regional tourism performance // UNWTO tourism data. – 2023. – 02.08. – URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата обращения 02.09.2023).
19. Harb G., Bassil C. Terrorism and inbound tourism: Does immigration have a moderating effect? // Tourism Economics. – 2019. – Vol. 26. – P. 500–518.
20. How Russia's War on Ukraine Changed Travel One Year Later // Skift. – 2023. – 23.02. – URL: <https://skift.com/2023/02/23/how-russias-war-on-ukraine-changed-travel-one-year-later/> (дата обращения 30.08.2023).
21. How the war in Ukraine will affect tourism in 2022 : Economist Intelligence Unit report. – 2022. – 20.04. – URL: <https://www.eiu.com/n/campaigns/how-the-russia-ukraine-war-will-affect-tourism/> (дата обращения 29.08.2023).
22. How to re-emerge as a tourism destination after a period of political instability / Haddad C., Nasr A., Ghida E., AlIbrahim H. // The Travel & Tourism Competitiveness Report / Roberto C., Tiffany M. (eds.). – Geneva : World Economic Forum, 2015. – P. 53–57.
23. Kozlov D.A. Tourism Forecasting. Textbook. – Seattle : Kindle Direct Publishing, 2021. – 115 p.
24. Krakover S. Developing tourism alongside threats of wars and atrocities – The case of Israel // Tourism and war / Butler R., Suntikul W. (eds.). – London : Routledge, 2013. – P. 132–142.
25. Lanouar C., Goaied M. Tourism, terrorism and political violence in Tunisia: Evidence from Markov-switching models // Tourism Management. – 2019. – Vol. 70. – P. 404–418.
26. Luttwak E.N. From Geopolitics to Geo-Economics: Logic of Conflict, Grammar of Commerce // The National Interest. – 1990. – P. 17–23.
27. Mercille J. The radical geopolitics of US foreign policy: Geopolitical and geoeconomic logics of power // Political Geography. – 2008. – Vol. 27. – P. 570–586.
28. Mitra D., Pham C.S., Bandyopadhyay S. Terrorism and international airtravel: A gravity approach // The World Economy. – 2018. – Vol. 41, N 11. – P. 2852–2882.
29. Morakabati Y., Kapuscinski G. Personality, risk perception, benefit sought and terrorism effect // International Journal of Tourism Research. – 2016. – Vol. 18, N 5. – P. 506–514.
30. Muzindutsi P.F., Manaliyo, J.C. Effect of political risks hocks on tourism revenue in South Africa: Time series analysis // International Journal of Business and Management Studies. – 2016. – Vol. 8, N 2. – P. 169–186.
31. Omar A.M.A., Wisniewski T.P., Nolte S. Diversifying away the risk of war and cross-border political crisis // Energy Economics. – 2017. – Vol. 64. – P. 494–510.
32. Sharifpour M., Walters G., Ritchie B.W. The mediating role of sensation seeking on the relationship between risk perceptions and travel behavior // Tourism Analysis. – 2013. – Vol. 18, N 5. – P. 543–557.
33. Søilen K.S. Geoeconomics. – London : Bookboon, 2012. – 303 p.

34. Uriely N., Maoz D., Reichel A. Israeli guests and Egyptian hosts in Sinai: A bubble of serenity // Journal of Travel Research. – 2009. – Vol. 47, N 4. – P. 508–522.
35. Valedinskaya E.N., Astafeva O.A. Innovative methods for demand stimulation in tourism // American Journal of Sociology. – 2021. – N 1. – P. 613.
36. Vietnam National Administration of Tourism (VNAT). – 2023. – URL: <https://www.vietnamonline.com/az/vietnam-national-administration-of-tourism-vnat.html> (дата обращения 02.09.2023).

*Статья получена: 10.09.2023*

*Одобрена к публикации: 19.09.2023*