
ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

Выпуск 4(85). 2022. Том 12

Журнал «Вопросы национальных и федеративных отношений»
включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК,
в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук
по политическим и историческим наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

**Вячеслав Александрович
МИХАЙЛОВ**

Председатель Совета, д.и.н., профессор,
зав. кафедрой национальных и федеративных
отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ

Редакционный Совет

**Рамазан Гаджимурадович
АБДУЛАТИПОВ**

д.ф.н., постоянный представитель Российской Федерации
при Организации Исламского сотрудничества

**Любовь Федоровна
БОЛТЕНКОВА**

д.ю.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Владимир Иванович
ВАСИЛЕНКО**

д.п.н., профессор Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Владимир Александрович
ВОЛОХ**

д.п.н., профессор Государственного университета
управления

**Вадим Витальевич
ГАЙДУК**

д.п.н., профессор Башкирского государственного
университета

**Владимир Юрьевич
ЗОРИН**

д.п.н., руководитель Центра по научному взаимодействию
с общественными организациями, СМИ и органами
государственной власти ИЭА РАН

**Раушан Мусахановна
КАНАПЬЯНОВА**

д.п.н., профессор кафедры международного
культурного сотрудничества МГИК

**В. Микаэль
КАССАЕ НЫГУСИЕ**

д.и.н., профессор кафедры теории и истории
международных отношений Российского
университета дружбы народов

**Геннадий Яковлевич
КОЗЛОВ**

д.и.н., профессор Рязанского государственного
университета им. С.А. Есенина

**Игорь Георгиевич
КОСИКОВ**

д.и.н., главный научный сотрудник Института
этнологии и антропологии РАН

**Николай Павлович
МЕДВЕДЕВ**

д.п.н., профессор Российского университета
дружбы народов

**Марина Николаевна
МОСЕЙКИНА**

д.и.н. профессор, заведующая кафедрой истории России
Российского университета дружбы народов

**Александр Данилович
НАЗАРОВ**

д.и.н., профессор, зам. руководителя кафедры
по научной работе Московского авиационного института

**Дарья Вячеславовна
ПЕРКОВА**

к.п.н., ответственный редактор

**Александр Васильевич
ПОНЕДЕЛКОВ**

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой политологии
и этнополитики Южно-Российского института
управления – филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Дмитрий Егорович
СЛИЗОВСКИЙ**

д.и.н., профессор кафедры истории России Российского
университета дружбы народов

**Шукран Саидовна
СУЛЕЙМАНОВА**

д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

**Жибек Сапарбековна
СЫЗДЫКОВА**

д.и.н., профессор, заведующая кафедрой стран
Центральной Азии и Кавказа Института стран Азии
и Африки Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова, заместитель главного редактора журнала

Редакционная коллегия

Главный редактор – СУЛЕЙМАНОВА Ш.С.,
д.п.н., профессор РАНХиГС

Члены ред. коллегии:

Волох В.А. (зам. главного редактора),
Сыздыкова Ж.С. (зам. главного редактора),
Перкова Д.В. (ответственный редактор),
Болтенкова Л.Ф., Слизовский Д.Е.

УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН

В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере массовых коммуникаций,
связи и охраны культурного
наследия

Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47487
от 25 ноября 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс научного
цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор
журнала: 0, 369

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

www.etnopolitolog.ru

E-mail: etnopolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.

При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор

Перкова Д.В.

Компьютерная верстка

Анциферова А.С.

Подписано в печать 25.04.2022.

Формат 60×84/8. Объем 24,3.

Печать офсетная.

Тираж – 1000 экз.

(1-й завод – 500 экз.)

Заказ № 000.

Отпечатано в типографии

ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2226-8596 (print)

12 выпусков в год и

2 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://etnopolitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals

Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70114

Цели и тематика

Журнал *ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ* – периодическое международное рецензируемое на-учное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2018 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «Отечественная история, этнология и этнография», «История международных отношений и мировой политики», «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая культура, этнополитика и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://etnopolitolog.ru>

Электронный адрес: etnopolitolog@yandex.ru

ISSN 2226-8596 (print)

12 issues a year plus

2 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://etnopolitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific

electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rosspchat Agency catalogue is: 70114

Objectives and themes

Academic journal “*Issues of National and Federative Relations*” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2018. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “Domestic history, ethnology and ethnography”, “History of international relations and world politics”, “History and philosophy of politics”, “Political institutions, processes and technologies”, “Political culture, ethnopoltics and ideologies”, “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://etnopolitolog.ru>

E-mail address: etnopolitolog@yandex.ru

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОГРАФИЯ

Ивашко М.И. Роль российского фактора в образовании СССР (к 100-летию образования Союза Советских Социалистических Республик)	1074
Волков А.П., Резаков Р.Г. Военно-юридическая академия в системе дополнительного военно-профессионального образования в 1936-1945 гг.	1088
Гасанов М.Р. Некоторые источники и исследования о связях народов Кавказа со славянами (русами) в VII-XII вв.	1096
Киприянова Н.В. Формирование провинциального купечества в конце XVIII – первой половине XIX в. (по материалам г. Владимира)	1105
Сыздыкова Ж.С., Кирда Н.С. О процессе продвижения России в пределы Центральной Азии до создания Туркестанского генерал-губернаторства по М.А. Терентьеву	1114
Музафарова Н.И., Козловская Г.Е. Ислам в системе Российского государства (исторический аспект)	1121
Ушмаева К.А., Терещенко О.В., Гончаров А.С. Мировоззрение и миропонимание одного казака из станицы Динской. Десять тезисов против позитивистской герменевтики личности	1135
Булатов И.А., Быстрова Ю.М. Красные скауты: как появлялась пионерия	1146
Гончаренко О.Н. Александровский сад провинциального города в культурно-историческом ландшафте XIX-XXI вв. (на примере г. Тюмени)	1155
Занозин Н.В. Послевоенное советское общество – «золотой век» номенклатуры	1165
Рябова Т.И. История Тверского Христорождественского монастыря в лицах	1174
Щербакова И.К., Надехина Ю.П., Колчин А.А. Русское общество и крестьянский вопрос: освещение ключевого вопроса империи в российской периодической печати (1881-1911)	1185
Табейкина Е.К. Древняя Русь: культура эпохи монументального историзма (IX – начало XII вв.)	1196
Кошкарёва С.Г., Ильина В.А., Камардина Н.В. Региональные особенности проведения новой экономической политики в 1920-е годы (на примере Камчатки)	1205
Батищев Р.Ю. Образы военного прошлого в политике памяти регионов Российской Федерации	1215
Зубков А.Н. Политика «свободы слова» в ходе проведения основных реформ в годы перестройки в СССР	1223
Ометюх М.Н. Причины распада Социалистической Федеративной Республики Югославии в 1991 году в оценках современных американских историков	1230

Петрова О.С. Проблемы формирования педагогических кадров для учебных учреждений Европейского Севера России в 1920-1930-е годы.....	1239
Следнева А.А. Социокультурное положение дворянства в Смоленской губернии в конце XVIII – первой половине XIX в.....	1255
Филимонов С.В. Деятельность хозяйственных комитетов как фактор развития гимназического образования в Рязанской губернии в начале XX века.....	1259

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Болтенкова Л.Ф. Гимн Господу Богу (философско-религиозное исследование в нескольких статьях). Статья четвертая	1269
Берковский В.А., Тронина Л.А., Гончаров А.С. История философии механицизма на раннем этапе ее становления: античность, эпоха эллинизма, средние века	1285

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Сафин Ф.Г., Камалетдинов Д.А., Кульшарипов Ф.Р. Экономические основы социального самочувствия этнических групп в многонациональном Башкортостане (по данным этносоциологических исследований).....	1297
Меньшиков П.В., Матасова О.В. Специфика технологий PR в условиях четвертой промышленной революции.....	1307
Крюкова Е.В. Политическая психология и политическая идеология как уровни политической культуры современной России: особенности и противоречия	1324
Баркова А.С., Прончев Г.Б. Моделирование выездного туризма россиян	1330
Жолманов А.С., Матвиенко В.А., Афонин М.В., Гришин В.О. Противодействие коррупции в рамках института государственной гражданской службы: актуальные вопросы	1343
Керимова Д.Ф., Рамазанова М.К. К вопросу о природе политического лидерства	1352
Малахов А.А. Основные этапы развития и признаки политики государства всеобщего благосостояния.....	1359
Байков С.А. Политический скандал как инструмент контроля коммуникационной среды во внутренней политике России в период с 2015 по 2019 год	1367
Цвижба А.Г. Россия: этническое и национальное.....	1374
Крылова Е.Г. Специфика современного формата интервью с политическими лидерами	1385
Лазебник А.Г. Корреляции в траекториях политических трансформаций «демократия – полудемократия» и «полудемократия – демократия»	1393

Папченко А.Н. Поворот в исследованиях политического лидерства во второй половине XX века.....	1402
---	------

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Понявина М.Б. Вовлечение бизнеса в реализацию государственной образовательной политики	1411
Буров А.С. Актуальные аспекты государственной политики устойчивого развития коренных народов Севера в современной России	1419

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Михайленко А.Н. Специальная военная операция России на Украине: случайность или закономерность?	1431
Аришин К.В. Опыт применения цифровых технологий зарубежными странами для ускорения процесса адаптации иностранцев граждан.....	1449
Еловик А.А. Россия в современном военно-политическом дискурсе Республики Беларусь.....	1458
Чэнь Ханьчжи. Эволюция административной реформы и повышение эффективности госаппарата: центральный и локальный уровни управления.....	1465
Басов О.Н. Взаимосвязь лоббистской активности НКО и интересов элитных групп (на примере энергетической и климатической политики в современных США).....	1472
Попов А.В. Взаимоотношения Турции и энергетического союза ЕС в сфере обеспечения энергетической безопасности.....	1486
Чжао Лу. Влияние российско-украинского конфликта на трансформацию международного порядка.....	1492
Киянская А.С. Роль МПК в решении проблем российских немцев	1498
Юэ Жуйшун. Влияние администрации Байдена на стратегические конкурентные отношения Китая и США.....	1506

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Кожиев А.Ю., Бабенко А.С., Ямалиев А.Р. Применение синтеза методов в рамках комплексного подхода для анализа протестов в Казахстане.....	1514
--	------

НАШИ АВТОРЫ	1526
-------------------	------

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	1537
---	------

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИЯН

В статье обсуждается возможность составления прогнозов туристических поездок россиян за рубеж исходя из той информации, которую потенциальные туристы ищут в Интернете. Анализируются исторические, природные и искусственные туристические ресурсы. Основываясь на поисковых запросах об исторических и природных ресурсах, удалось построить прогнозную модель туристического выездного потока россиян. Отдельно, на примере въездного туристического потока, был рассмотрен случай прогнозирования, основанный на поисковых запросах об искусственном туристическом ресурсе – Чемпионате Мира по футболу 2018. Статья представляет интерес для специалистов, занимающихся проблемами мобильности населения, и моделирования социальных процессов.

Ключевые слова: туристический спрос, метод группового учета аргументов, Интернет-запросы, моделирование, прогнозирование, туристические ресурсы.

Временный выезд граждан в иностранное государство в рекреационных, познавательных, лечебно-оздоровительных целях является туризмом [11]. Это трактовка туризма в достаточно узком смысле. При его широком понимании в туристы записывают и людей, путешествующих с бизнес-целями. Однако такое понимание делает понятие туризма размытым и неоднозначным, что сильно осложняет его социологическую операционализацию. Принципиально важным в определении туризма представляется его отделение от рабочей деятельности человека. Туризм связан

только с отдыхом от работы. Параметры въезда в иностранное государство с целью трудоустройства или развития бизнеса будут значительно отличаться от тех, которые существуют относительно туристической поездки как вида рекреации.

На уровне человека польза туризма очевидна: во время путешествия он получает необходимый организму отдых, а также удовлетворяет чувство любознательности и потребность в саморазвитии. Польза туризма на уровне страны также понятна – прежде всего привлечение иностранных граждан способствует развитию экономики: туризм увеличивает поступления в бюджеты страны, стимулирует развитие малого и среднего бизнеса, перераспределяет национальный продукт и увеличивает занятость [9. С. 12].

Формирование и продвижение туристического продукта является важными составляющими развития туризма любой страны. Туристские фирмы организуют мероприятия, связанные с исследованием рынка потребления туристических услуг, чтобы минимизировать риски при принятии бизнес-решений, ведь туристическая отрасль, несмотря на всю ее масштабность, является крайне неустойчивой и зависит от множества факторов. Наше исследование рассматривает один из возможных путей совершенствования механизма прогнозирования в туристической отрасли. Наряду со своей относительной простотой и логичностью данный путь и интересен тем, что находит непосредственное применение в практике управления рисками.

Объективной детерминантой туристического спроса является сезонность – устойчиво повторяющаяся закономерность внутригодовой динамики поездок. Спрос на туристические услуги в целом выше летом, в период отпусков. В остальные времена года частота совершаемых туристических поездок снижается. Сезонность является важным фактором развития как внутреннего, так и внешнего туризма. При низких заездах в страну уменьшается показатель рентабельности внутреннего туризма [6. С. 117-121]. Задействованные экономические силы просто не могут реализовывать свой потенциал, и потому замораживаются до следующего сезона. Снижение выезда за границу аналогичным образом влияет на развитие турагентств.

Проблема сезонности во внутреннем туризме может решаться с помощью создания иных туристических продуктов, привлекательных и в несезонное время, а также набирающего популярность в последние годы в нашей стране туристического кэшбэка, выплачиваемого государством. Например, в одной из исследований рассматривается решение проблемы сезонности Иркутской области, в которой туристическая активность зимой в несколько раз меньше, чем летом, так как большинство туристов приезжают с целью провести отдых на пляже. В зимнее время авторы предлагают более масштабно развивать горнолыжный туризм: увеличивать инфраструктуру и перечень предоставляемых услуг [3. С. 87-92].

Решение проблемы сезонности, связанной со снижением спроса на выездной туризм, связано с разработкой и подбором специальных туров, которые будут привлекательны для путешествий в несезонное время.

Сезонность туризма является лишь одним из множества факторов, влияющих на туристический спрос. Следует отметить, что данный фактор нельзя считать решающим при организации туристической поездки. Не менее, а порой и более значимой детерминантой спроса можно считать масштабные события и катаклизмы, которые могут заморозить туристическую отрасль как на уровне отдельной страны, так и на уровне всего мира. Примерами таких событий являются, например, извержения вулканов, цунами, политическая обстановка, военные действия, пандемия и т.д. Следствие подобных ситуаций – закрытие границ, запрет перелетов, ужесточение условий въезда и т.п. Так, распространившаяся на весь мир с 2020 г. коронавирусная инфекция, вызванная SARS-CoV-2, привела к резкому снижению мобильности населения [8. С. 2679-2684].

В таких обстоятельствах туристическая отрасль попросту не может развиваться.

Как было отмечено выше, туризм является составляющей сферы развлечений. При снижении доходов потребители, в первую очередь, отказываются от нее [12]. При этом не имеет значения, что послужило причиной уменьшения дохода: внешние обстоятельства (колебания курса валют), политическая нестабильность или ситуация на уровне конкретного человека – в любом случае спрос на сферу развлечений и на туризм сократится.

Именно в таких условиях вынуждена существовать и совершенствоваться современная туристическая отрасль. Помимо нестабильного спроса на туристические услуги также существует внутренняя конкуренция между турфирмами и предлагаемым им сервисом.

Первостепенной задачей турагентов является создание привлекательно-го туристического продукта – комплекса услуг по перевозке и размещению. Предложение о путешествии в определенную страну должно опираться на привлекательные туристические ресурсы – природные, исторические, социально-культурные достопримечательности, способные стать объектами туристского показа, а также туристическая инфраструктура, удовлетворяющая потребности туристов и содействующая восстановлению и развитию их физических сил.

В нашем исследовании условно туристические ресурсы разделились на три группы.

Первая группа включает в себя *исторические ресурсы* – памятники истории, архитектуры, искусства и т.д. Основа их привлекательности для туристов – историческая и культурная значимость. Пребывание рядом с ними позволяет туристу пережить опыт прошлых поколений, ощутить свою принадлежность к минувшей эпохе, а также узнать много нового об истоках

и современном состоянии культуры. Часто историко-культурные ресурсы могут объединяться друг с другом. Примером такого объединения можно назвать Эрмитаж. Зимний дворец сам по себе является уникальной исторической постройкой, однако туристы спешат посетить его не только из-за его внутреннего обустройства и внешнего облика, но и чтобы увидеть огромную коллекцию картин (памятников искусства) внутри него.

Вторую группу составляют *природные ресурсы*. Это горы, моря, леса, пустыни – все природные объекты и явления, существующие в определенном месте и используемые в целях рекреации и туризма. Такие ресурсы помогают туристу ощутить свое единение с природой, сменить на время обстановку и отвлечься от привычного порядка вещей. Иногда природные ресурсы одновременно являются и культурными. В качестве примера можно привести гору Эверест, являющуюся привлекательным местом для желающих организовать горный туризм. Одновременно с этим, побывав на Эвересте и даже у подножия его турист будет гордиться этим не меньше, чем посещением Эрмитажа, ведь это высочайшая вершина мира. Однако чаще всего природные ресурсы не несут в себе никакой другой цели, кроме единения с природой, отдыха и рекреации. Обработка природных ресурсов в сфере туризма включает в себя работу по безопасному размещению туристов и обеспечение их всем необходимым для путешествия. Кемпинги, горнолыжные курорты, маршруты сплавов по рекам и т.д. включаются в туры для путешественников.

Заключительная, третья группа, имеет достаточно размытые границы. Это *искусственные туристические ресурсы*. Главная их цель – дать людям развлечение и повод посетить какое-либо место. Сюда включаются парки аттракционов, концерты, спортивные мероприятия и т.п. Искусственные ресурсы не прикреплены к определенной стране или типу местности. Однако сила их привлекательности может сравниться с первыми двумя группами ресурсов. Желющие вживую услышать исполнение новой арии любимым певцом готовы совершить туристическую поездку в другую страну. При этом обработка искусственных ресурсов включает себя выбор места и контекста их задействования. Например, местом выступления того же певца может стать исторический или природный ресурс.

Все вместе туристические ресурсы обладают одним общим свойством – привлекательностью для туриста. Каждый ресурс может являться мотиватором совершения туристической поездки. Схематично объединение трех групп ресурсов показано на Рис. 1.

Для развития туристической отрасли важно создавать из туристических ресурсов как можно более привлекательный турпродукт. Здесь важен маркетинг, знание потребностей клиентов, умение быстро принимать решения. При наличии привлекательных турпродуктов всегда найдутся желающие их приобрести. Таким образом, ресурсы создают возможность туризма, а мар-



Рисунок 1. Взаимосвязь туристических ресурсов (разработано авторами)

кетинг переводит эту возможность в действительность. Данная логическая схема не является гарантией безрискового развития туристической отрасли. Из-за нестабильности во времени даже при наличии привлекательных туристических ресурсов может произойти ситуация, при которой у потребителей не будет желания или возможности путешествовать за границу.

Управление рисками в туристической сфере для работы с критическими ситуациями возможно с использованием прогнозирования – предопределения потребления туристических услуг (например, спроса на туры и путевки, выезды за границу и т.д.) исходя из определенного набора факторов. Поскольку туризм как явление носит ситуационный характер, то в зависимости от изменения своей жизненной ситуации потребители будут изменять свой спрос [4. С. 17-22]. При составлении прогноза важно выделить актуальные и наиболее значимые факторы, изменяющие предпочтения потенциальных туристов, и использовать их, чтобы составить сценарии благоприятных и неблагоприятных вариантов развития конкретного направления в туризме.

Для выделения наиболее актуальных детерминант спроса следует обращать внимание на то, что в данный момент важно для потребителя туристических услуг. Получение такой информации возможно при анализе

того, что потенциальные путешественники ищут в Интернете. Существует несколько сервисов, которые дают информацию о поисковых запросах, которые набирали пользователи Интернета за определенный промежуток времени. Наиболее удобный инструмент – google.trends. – сервис, основанный на поисковом сервисе Google, который показывает, как часто определенное выражение или слово ищут по отношению к общему объему поисковых запросов. Можно выбрать конкретный регион и язык запроса для анализа. Данные в google.trends обновляются ежедневно. Таким образом, можно увидеть, какие темы в конкретный момент времени обладали наивысшей популярностью [10. С. 205-207]. Важно отметить, что мы использовали этот сервис для моделирования внутреннего туризма [1. С. 90-101].

Работа с поисковыми запросами потребителей туристических услуг позволяет выяснить, какие вопросы интересуют потенциальных путешественников. Более того, наше исследование показало, что динамика популярности поисковых запросов по теме поездки за границу коррелирует с динамикой выездного туризма. На Рис. 2 изображен график сопоставления поквартального выезда граждан России в Таиланд и динамики популярности запроса «Тур в Таиланд». Пики популярности поисковых запросов совпадают с пиками выезда граждан России с временным лагом в квартал.

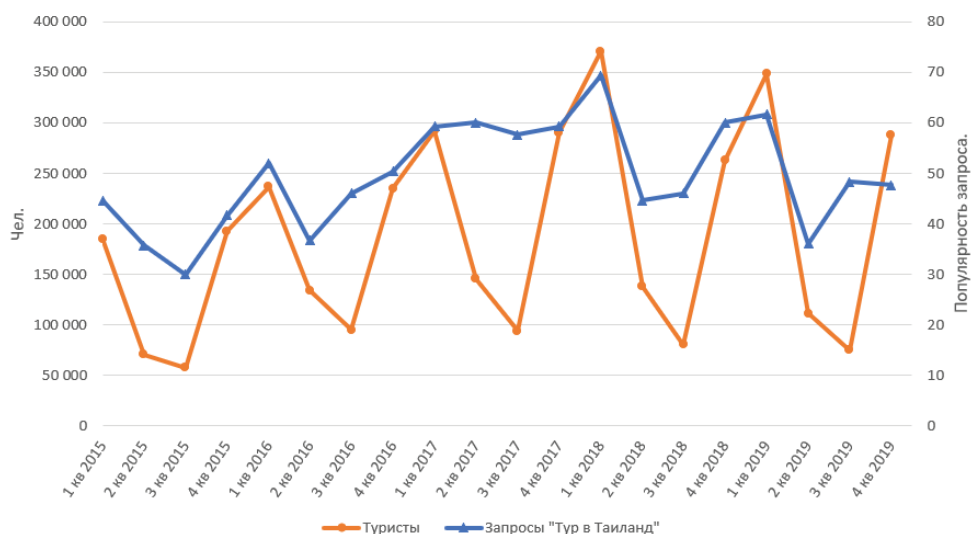


Рисунок 2. Графики динамики выездного потока и популярности поисковых запросов относительно Таиланда (получено авторами)

Наше исследование изначально показало, что для ряда стран можно подобрать наборы поисковых запросов таким образом, что динамика их популярности высоко коррелировала с динамикой выезда. Следующий этап исследования – использование информации, которую ищут потенциальные туристы в Интернете, для прогнозирования туристического выездного потока. Для этого использовался метод группового учета аргументов.

Метод группового учета аргументов (МГУА – это метод порождения и выбора регрессионных моделей. Метод не перегружает модель параметрами, а отбирает наиболее значимые. Для порождения модели используется подмножество элементов, которые могут, но не обязаны в нее входить. Выбор модели осуществляется с помощью внешних критериев, которые вычисляются на тестовой выборке элементов [7. С. 58-72].

Пошаговый алгоритм МГУА следующий:

1. Алгоритм перебирает все модели, содержащие одну переменную (количество моделей одной переменной равно количеству заданных параметров). Перебираются модели вида:

$$Y = a_0 + a_1 * x_1, Y = a_0 + a_2 * x_2, Y = a_0 + a_3 * x_3 \dots,$$

где а – коэффициенты, х – переменные.

2. Алгоритм перебирает все комбинации двух переменных. Модели выглядят следующим образом:

$$Y = a_0 + a_1 * x_1 + a_2 * x_2, Y = a_0 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3, \dots$$

3. Алгоритм перебирает все комбинации трех переменных

4. Подобная процедура повторяется для всех возможных комбинаций переменных модели. На каждом шаге рассматривается ошибка модели MAPE:

$$MAPE = \frac{1}{N} \sum_{t=1}^N \left| \frac{\hat{y}_t - y_t}{y_t} \right| * 100\%,$$

где N – количество параметров, y_t – реальное значение переменной, $\hat{y}_t$ – прогнозное значение.

Метод МГУА использовался для построения прогнозных моделей емкости рынка [2. С. 46-51]. В данной работе в качестве параметров также использовались динамики поисковых запросов в Интернете, обработанные определенным образом. Результаты моделирования давали ошибку прогноза 2-3%, что говорит о высоком качестве моделей.

Построение модели выездного туризма в России опиралось на данные пограничной службы РФ и динамику поисковых запросов сервиса google.trends.

Данные пограничной службы РФ представлены в виде сводной таблицы, включающей в себя список всех стран, в которые выезжали граждане РФ за 2015-2019 гг. по кварталам и количественную информацию об их выездах. Из полного списка стран выбирались те, которые подходят для процесса моделирования, согласно разработанным критериям:

- основная причина въезда в страну – «туризм» (те поездки, которые в сводной таблице записывались как учебная, деловая, частная – не участвовали в исследовании);
- присутствуют квартальные колебания в динамике выезда, поскольку при их отсутствии метод МГУА не отбирает в модель никаких параметров (идеальная модель в таком случае равна константе – среднему выезду за квартал);
- присутствует динамика поисковых запросов касательно выезда в страну, коррелирующая с динамикой выезда граждан РФ (для ряда стран – Хорватия, Люксембург, Иордания и др. – динамика поисковых запросов относительно туризма очень низкая, представляется невозможным уловить ее колебания, а значит построить формализованную взаимосвязь).

Динамики месячной популярности поисковых запросов усреднялись до квартальной, затем проверялась их корреляция с поквартальным выездом. Только в случае положительной высокой корреляции динамика добавлялась в набор параметров.

Метод МГУА сформировал формализованную взаимосвязь между динамикой популярности поисковых запросов и динамикой выезда для ряда стран. Таким образом, была сконструирована модель потребления туристических услуг. У ряда стран ошибка прогноза превышала 50%, что не является удовлетворительным результатом. Следующий этап исследования заключался в снижении ошибки прогноза, где это возможно.

Следует отметить, что изначально динамики поисковых запросов подбирались и изменялись таким образом, чтобы качество модели было максимальным. Тем не менее, если в таком случае ошибка модели была высокой, изменялся период, который участвовал в составлении прогноза. Показательным примером является Турция. На Рис 3. представлен график прогноза и фактические значения для 2015-2019 гг.

Следует заметить, что прогноз достаточно точно определяет повышение и снижение туристического потока. Однако ошибка прогноза составила 60%, что не является удовлетворительным результатом. Причина такого отклонения заключается в слишком большом количестве исходных параметров. На графике видно уменьшение выезда в Турцию в 2016 г. В это время в стране была предпринята попытка военного переворота, что негативно

сказалось на туристической отрасли страны. В это время наблюдается спад поисковых запросов касательно туризма в Турцию [5. С. 397-400]. Для прогнозирования во время политической стабильности эта информация не является обязательной. При сокращении периода прогнозирования до года ошибка прогноза снижается до 5%. На Рис. 4 представлен выезд и прогноз только за 2019 г.:

Информация, использованная для прогноза за 2016 г., в 2019 г. была уже не нужна, поэтому прогноз получился более точным. Подобная работа проведена с каждой формализованной взаимосвязью, в итоге суммарная ошибка модели не превышала 10%.

Следует отметить, что на первом этапе исследования использовались только запросы, относящиеся, помимо деталей поездки, к историческим и природным ресурсам. В Таб. 1. Приведены примеры стран и запросов, динамики которых были отобраны для построения модели:

На втором этапе исследования было установлено, что прогнозирование описанным способом с использованием запросов касательно искусственных туристических ресурсов также возможно. Наиболее показательным примером за последнее время является Чемпионат Мира по футболу 2018 г. Принимающей страной была Россия, поэтому модель строилась не по вы-

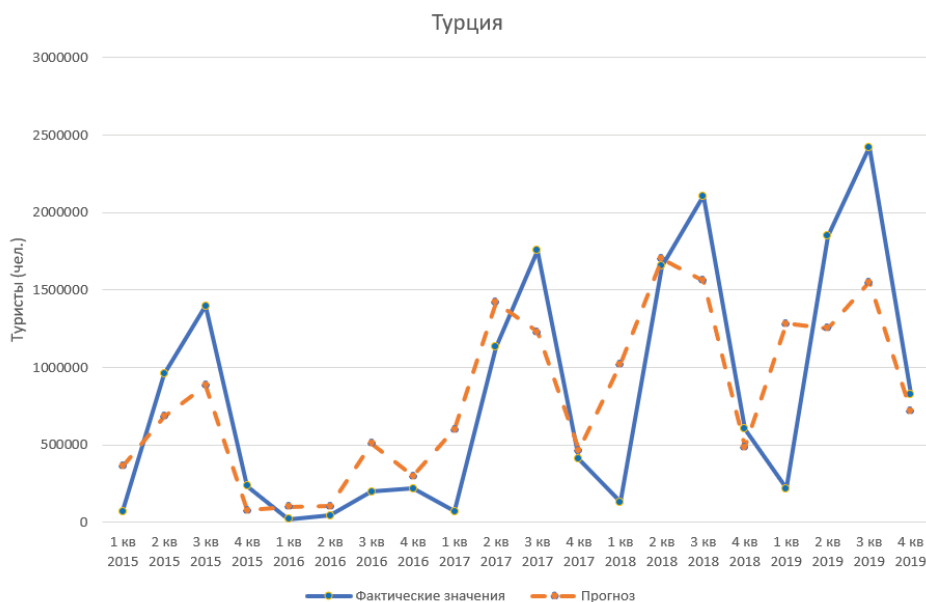


Рисунок 3. Фактические и прогнозные значения выездного потока туристов в Турцию за 2015-2019 гг. (получено авторами)

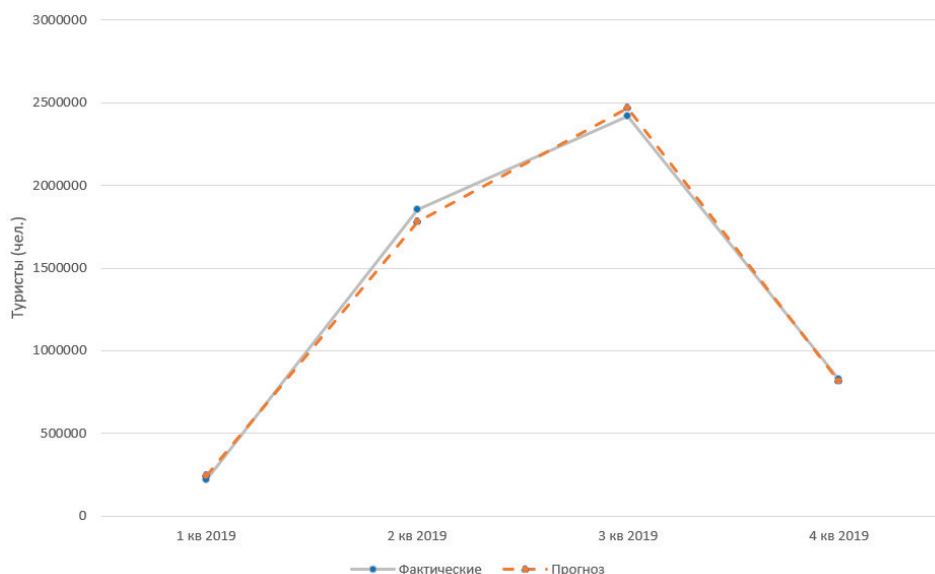


Рисунок 4. Фактические и прогнозные значения выездного потока туристов в Турцию за 2019 г. (получено авторами)

Таблица 1

Поисковые запросы, используемые для прогноза выездного туристического потока (разработано авторами)

Страна	Поисковые запросы в модели
Франция	«Франция виза», «визовый центр Франции», «Эйфелева башня», «отели Франция»
Турция	Тезтур, Турция все включено, Турция путевка
Испания	«Москва Испания», «Испания погода», «Саграда Фамилия», «Прадо»

Таблица 2

Поисковые запросы, используемые для прогноза въездного туристического потока (разработано авторами)

Страна	Поисковые запросы
Соединенные штаты Америки	«Russia football», «Russian language»
Германия	«Russisch google translate», «rubl», «Luzhniki»
Финляндия	«Russian language», «visa world cup»
Италия	«Rubl», «world cup tickets», «Russia visa wc»

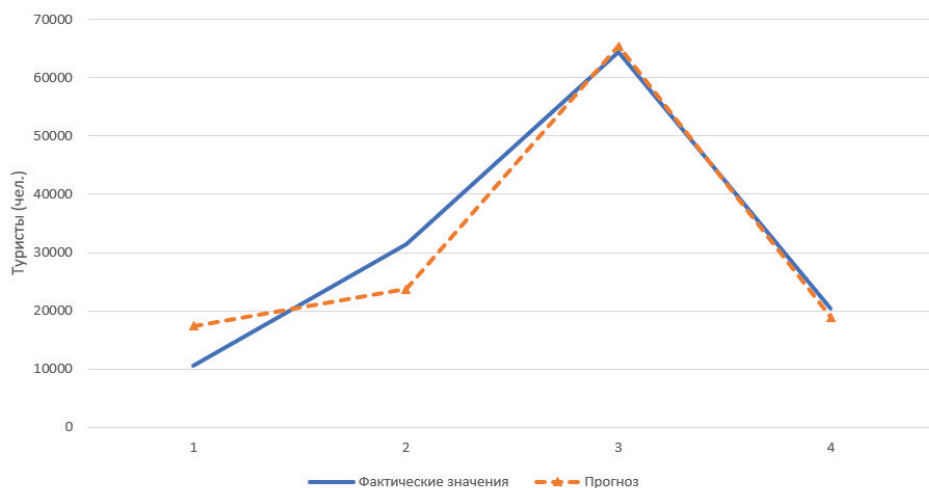


Рисунок 5. Динамика запросов в Интернете и реальных въездов туристов из Италии в Россию за 2018 г. (получено авторами)

ездному, а, наоборот, по въездному потоку туристов. Запросы, которые использовались для прогноза приведены в таблице 2.

На рис 5. показано отклонение прогноза от фактического значения за 2018 г. для Италии.

Суммарная ошибка прогноза составила 1556 чел. Основываясь только на запросах касательно искусственного ресурса получилось предсказать количество туристических поездок в Россию с минимальным расхождением.

Таким образом, по итогам нашего исследования можно сделать следующие выводы:

- потребители туристических услуг ищут информацию о предстоящей поездке в Интернете (в определенные промежутки времени популярность определенных поисковых запросов растет и это коррелирует с ростом выездных туристических поездок);
- используя только динамику поисковых запросов и исторические данные о движении туристов с помощью метода группового учета аргументов возможно составлять прогнозы туристического выезда или въезда в страну;
- гибкость модели обуславливается вариативностью используемых поисковых запросов и изменением периода прогнозирования.

Данное исследование выполнено в рамках Программы развития Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Математические методы анализа сложных систем».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Баркова А.С., Прончев Г.Б. Моделирование туристической активности населения на базе Интернет-запросов пользователей // Миссия конфессий. 2022. Т. 11. № 2.

2. Болдырева А.В. Применение метода МГУА на основе интенсивности поисковых запросов в сети Интернет для прогноза рынка / Задачи современной информатики: Труды Второй молодежной научной конференции, Москва, 29-30 октября 2015 г. М.: Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской академии наук, 2015.

3. Воловода А.В., Потапейко А.А. Горнолыжный туризм как один из способов решения проблемы сезонности туризма в Иркутской области / Актуальные проблемы развития сферы услуг: Сборник научных трудов / под ред. Ю.В. Долматеня, В.А. Ткачева. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019.

4. Донской Д.В. Моделирование и предсказание рекреационного спроса // Культура народов Причерноморья. 2009. № 154.

5. Михайлов А.П., Петров А.П., Прончев Г.Б., Прончева О.Г. Моделирование спада общественного внимания к прошедшему разовому политическому событию // Доклады Академии наук. 2018. Т. 480. № 4 // <http://dx.doi.org/10.7868/S0869565218160028>.

6. Николаев С.В. Особенности фактора сезонности на деятельность субъекта индустрии туризма // Транспортное дело России. 2015. № 2.

7. Ивахненко А.Г. Метод групового урахування аргументів – конкурент методу стохастичної апроксимації // Автоматика. 1968. № 3.

8. Прончева Н.Г., Прончев Г.Б., Калинин В.С. Об особенностях миграционных процессов и миграционной политики в России в 2020 году // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. № 11 (68).

9. Тайгибова Т.Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу // Актуальные вопросы экономических наук: Материалы Международной научной конференции, Уфа, 20-23 октября 2011 года. Уфа: Лето, 2011.

10. Тачаева Х.Р., Муцурова З.М. Роль Интернета в жизни современного общества // Вопросы физико-математического образования: Материалы XIII студенческой научно-практической конференции, Грозный, 16 мая 2020 года. Махачкала: Чеченский государственный педагогический университет; ИП Овчинников Михаил Артурович (Типография Алеф), 2020.

11. Федеральный закон от 24.11.96 № 132-ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» (посл. ред.) // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/.

12. Nielsen: россияне покупают премиальные товары даже на фоне падения доходов // Adindex // https://adindex.ru/news/researches/2019/03/7/270463.phtml?utm_

A.S. BARKOVA

*Master's student at the Faculty of Sociology
of Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia*

G.B. PRONCHEV

*Candidate of Physics and Mathematics,
Associate Professor of the Department of Modern sociology
at the Faculty of Sociology of Lomonosov Moscow
State University, Moscow, Russia*

MODELING OF OUTBOUNG TOURISM OF RUSSIANS

The article discusses the possibility of making forecasts of tourist trips of Russians abroad based on the information that potential tourists are looking for on the Internet. Historical, natural and artificial tourist resources are analyzed. Based on search queries about historical and natural resources, it was possible to build a predictive model of the tourist outbound flow of Russians. Separately, on the example of the incoming tourist flow, the case of forecasting based on search queries about an artificial tourist resource – the 2018 FIFA World Cup was considered. The article is of interest to specialists dealing with the problems of population mobility and modeling of social processes.

Key words: *tourist demand, method of group consideration of arguments, Internet queries, modeling, forecasting, tourist resources.*