

Выбор направлений внутреннего туризма в России в условиях цифровизации: ключевые факторы и новые тренды

Научный руководитель – Маркеева Анна Валерьевна

Алексейченко Анастасия Владимировна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социальных технологий, Москва, Россия

E-mail: stacy_alexs17@mail.ru

Туризм является одной из самых перспективных и активно развивающихся индустрий XXI в. Цифровизация туризма – это процесс перестройки традиционных моделей управления и потребления туристического продукта на основе интеграции сквозных технологий: Big Data, искусственного интеллекта и платформенных решений [1].

Цифровизация приводит к формированию новых паттернов туристского поведения. Возникают новые виды туризма и предпочтения в выборе направлений, многие из которых связаны с влиянием социальных сетей и лидеров мнений. Путешественники ищут уникальные, необычные места, вдохновляются рекомендациями блогеров. Цифровая реклама, контент от самих туристов и визуальные образы в социальных сетях формируют моду на определенные направления и типы отдыха.

Ранее процесс выбора направления для путешествий преимущественно ассоциировался с офлайн-инструментами: консультациями с туристическими агентствами, печатными путеводителями и «сарафанным радио». В тех условиях географическая доступность и наличие традиционных баз для отдыха выступали основными ресурсами привлечения туристов. Современное цифровое пространство создало предпосылки для кардинальной трансформации процесса планирования поездок. Так, доступность онлайн-бронирования, виртуальные туры и большое количество платформ с обзорами и пользовательскими отзывами оказывают ключевое влияние на восприятие дестинации со стороны современных туристов, инвесторов и локального бизнеса.

Таким образом, наблюдается процесс трансформации модели поведения в сфере туризма. Происходит переход от традиционной модели потребления туристических услуг к самостоятельному конструированию путешествий. В условиях цифровизации экосистема туризма стремительно модернизируется: агрегаторы билетов, сервисы бронирования жилья и цифровые путеводители становятся главными инструментами, определяющими доступность и привлекательность того или иного региона страны.

Второй тезис связан с развитием «экономики впечатлений» [2], где выбор направления определяется цифровой визуализацией и популярностью локаций. В 2025 году фиксируется интерес к экотуризму и природным территориям (рост спроса на Мурманск, Териберку, Алтай), спровоцированный вирусным контентом в социальных медиа. Цифровая репутация региона становится важнее официальных рейтингов: выбор туриста сегодня основывается на поиске уникальных, «фотогеничных» мест (глэмпинги, наблюдение за китами, северное сияние), что подтверждается ростом интереса к Дальнему Востоку и Арктике.

Третий тезис описывает влияние государственной политики на сферу туризма. Например, создание государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» [3], утвержденной Постановлением от 24 декабря 2021 года. В пункте 3 «Задачи государственного управления и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации, способы их эффективного решения в соответствующей отрасли экономики и сфере государственного управления Российской Федерации» выделяется такая цель как создание и

внедрение цифровых решений, обеспечивающих гражданам доступ к информации о возможностях отдыха внутри страны, а также к туристским цифровым сервисам.

Также, разработка единой цифровой экосистемы: развитие национального туристического портала «Путешествуем.рф» и региональных сервисов (например, RUSSPASS), которые агрегируют проверенные маршруты и меры поддержки для туристов. Происходит цифровое стимулирование спроса: использование данных для точечного субсидирования (программы кешбэка, льготное кредитование цифровых сервисов бронирования), что подтверждается плановыми показателями по увеличению числа турпоездок до 140 млн к 2030 году.

Таким образом, цифровизация выступает не просто техническим дополнением, а фундаментальным драйвером трансформации всей туристической отрасли России. Дальнейшее развитие туристической индустрии в рамках национальных целей до 2030 года будет неразрывно связано с углублением интеграции интеллектуальных сервисов.

Источники и литература

- 1) Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве/ Т.П. Розанова, Р.Ю. Стыцюк, О.А. Артемьева; под ред. Р.Ю. Стыцюк. - Москва: КНОРУС, 2024. - 234 с.
- 2) Экономика впечатлений. Работа - это театр, а каждый бизнес - сцена./Пайн Б. Джозеф II, Гилмор Джеймс Х. - М.: Изд-во «Вильямс», 2005.
- 3) Постановление Правительства Российской Федерации от 24.12.2021 г. № 2439 [электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/138661/>