

Балагуров Александр Михайлович

аспирант

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

г. Москва

DOI 10.31483/r-154627

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Аннотация: в статье осуществлен многоаспектный анализ современного состояния и детерминант развития рынка внутреннего туризма РФ в 2026 г. с позиций институционального и поведенческого подходов. Актуальность исследования детерминирована завершением фазы экстенсивного восстановления отрасли и переходом к этапу структурной перестройки в условиях макроэкономической нестабильности и трансформации потребительских паттернов. Эмпирическую базу составили данные отраслевых регуляторов (Ростуризм в структуре Минэкономразвития), аналитические материалы АТОР, РСТ и международные обзоры Research and Markets.

В работе выявлены ключевые векторы институциональных изменений, связанные с редефиницией туристского продукта, проанализирована фрагментация потребительского спроса (феномен «биполярной стратификации»), а также исследовано влияние технологических инноваций и дефицита трудовых ресурсов на операционную эффективность туристско-рекреационного комплекса. Сделан вывод о переходе отрасли в фазу «зрелого спроса», характеризующуюся превалированием качественных параметров над количественными и необходимостью имплементации предиктивных стратегий управления.

Ключевые слова: внутренний туризм, институциональная архитектура, редефиниция турпродукта, биполярная стратификация спроса, глубина бронирования, автотуризм, кадровая депривация, имплементация AI-технологий, устойчивое развитие туризма.

Современный этап развития российской туристской индустрии знаменуется переходом от посткризисного восстановительного роста, индуцированного эффектом импортозамещения и закрытием ряда зарубежных направлений, к фазе структурной трансформации, сопряженной с комплексом макроэкономических и институциональных вызовов. К 2026 году внутренний туризм утрачивает черты «компенсаторного» механизма и обретает характеристики самостоятельного, системообразующего сегмента национальной экономики, требующего углубленного теоретического осмысления.

Проблемное поле исследования очерчено противоречием между статистически фиксируемым ростом туристского потока (97 млн поездок в 2025 г. с прогнозируемой положительной динамикой) и нарастающими признаками стагнации потребительской активности, проявляющимися в снижении эластичности спроса по доходу и изменении поведенческих паттернов туристов. Цель данной работы заключается в идентификации и систематизации ключевых тенденций, детерминирующих архитектуру внутреннего туризма в 2026 г., а также в оценке адаптационного потенциала отрасли в условиях макроэкономической турбулентности и институциональной реконфигурации.

Исследование базируется на синтезе институционального подхода (анализ формальных правил и норм, регулирующих отрасль) и теории потребительского поведения (концепция «экономики впечатлений» Б. Пайна и Дж. Гилмора, теория поколений). В работе применялись общенаучные методы анализа, синтеза, систематизации, а также методы сравнительного и структурно-функционального анализа.

1. Институциональная динамика и редефиниция туристского продукта.

Значимым событием 2026 г., детерминирующим конфигурацию рынка, является имплементация с 1 марта поправок в Федеральный закон №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» [1]. Данная новелла знаменует собой расширение дефиниции «туристский продукт» для сферы внутреннего туризма посредством включения в его структуру комплексов услуг, интегрирующих размещение с экскурсионным, инструкторским и гидовым сопровождением.

С позиций институциональной теории, данная мера направлена на редуцирование транспарентности рынка и легализацию деятельности значительного сегмента региональных туроператоров. Как отмечает вице-президент РСТ Д. Горин, ранее сложные многокомпонентные маршруты не попадали под формальные критерии турпродукта, что исключало возможность претендовать на фискальные преференции (освобождение от НДС) и иные меры государственной поддержки. Расширение понятийного аппарата призвано не только стимулировать предложение, но и выступить фактором, сдерживающим ценовую динамику за счет инкорпорирования субъектов «теневого» рынка в легальное поле и, как следствие, усиления конкурентной среды.

Анализ динамики раннего бронирования на летний сезон 2026 г., проведенный АТОР, выявляет феномен, который может быть охарактеризован как «биполярная стратификация спроса». На фоне общего сокращения объема продаж (в среднем на 10% год к году) наблюдается разнонаправленная динамика в различных сегментах.

Данная тенденция коррелирует с макроэкономической ситуацией, а именно – с сохранением высокой ключевой ставки и переходом значительной части домохозяйств к сберегательной модели поведения. Следствием этого выступает:

Сокращение глубины бронирования: временной лаг между приобретением тура и датой заезда минимизируется, что индицирует переход к «отложенному спросу» и низкую предсказуемость потребительского выбора.

Интрарегиональная миграция турпотоков: внутри Краснодарского края фиксируется перераспределение туристов из высокобюджетной локации (Сочи) в более доступные (Анапа, Геленджик), что подтверждает тезис о ценовой эластичности массового сегмента.

Рецессия в экскурсионном и санаторно-курортном сегментах: данные направления демонстрируют стагнацию, что может интерпретироваться как оптимизация потребительских бюджетов в пользу более прагматичных форматов отдыха (пляжный туризм).

На микроуровне в 2026 г. отчетливо прослеживается консолидация тренда на автономные путешествия с использованием личного автотранспорта. Автотуризм выступает не просто способом экономии, но и механизмом обеспечения гибкости маршрута и минимизации транзакционных издержек, связанных с ожиданием транспорта и привязкой к расписанию [2].

В контексте теории поколений, представители когорты Y и Z (миллениалы и зумеры) демонстрируют тяготение к «полицентричной модели отпуска», диверсифицируя свои поездки в течение года и комбинируя форматы. При этом, согласно данным ассоциации «Турпомощь», наблюдается дивергенция интересов: наряду с традиционными южными направлениями, возрастает attractiveness регионов Центральной России (Владимирская, Тульская, Ярославская области), предлагающих культурно-познавательный контент и выступающих альтернативой перегруженным пляжным локациям.

Индустрия гостеприимства в 2026 г. функционирует в условиях дуализма: с одной стороны, активная цифровизация и имплементация AI-технологий, с другой – острый дефицит трудовых ресурсов (кадровая депривация) [3]. Автоматизация рутинных операций посредством внедрения систем на базе искусственного интеллекта (умные номера, роботизированные консьерж-сервисы, чат-боты) перестает быть маркетинговым инструментом и становится необходимым условием операционной деятельности.

Однако, как справедливо отмечают эксперты, технологизация не элиминирует потребность в человеческом капитале, а трансформирует его функции, смещая акцент на эмоциональный интеллект и креативные компетенции. Параллельно усиливается запрос на уникальность туристского опыта, что проявляется в росте популярности нишевых сегментов: сонный туризм, ретриты, гастрономические экспедиции, детокс-программы, – требующих высокой степени персонализации.

На макроуровне мировой туристический рынок, по оценкам авторитетных организаций, демонстрирует устойчивую положительную динамику. Так, общий объем мирового туристического рынка в 2025 году превысил 10,62 трлн долла-

ров США, а экспортные доходы от международного туризма достигли 2,2 трлн долларов США. Ожидается, что рынок внутреннего туризма продолжит активный рост и приблизится к отметке 4,31 трлн долларов США к 2030 году.

Глобальными драйверами выступают популяризация ESG-принципов, развитие сельского и экологического туризма, а также внедрение предиктивных аналитических систем на базе AI для кастомизации предложений.

Для российской практики данные тренды релевантны с определенной лакуной: экологическая ответственность и устойчивое развитие становятся значимыми факторами выбора для молодой аудитории, тогда как цифровизация преимущественно ориентирована на решение операционных проблем дефицита кадров [4], а не на создание принципиально новых потребительских ценностей.

Таким образом, современное состояние внутреннего туризма в РФ (2026 г.) характеризуется переходом от экстенсивной модели роста к интенсивной, основанной на качественных параметрах и адаптации к структурным ограничениям. Архитектоника рынка претерпевает изменения под воздействием трех групп факторов: институциональных (редефиниция турпродукта), экономических (биполярная стратификация спроса, сокращение глубины бронирования) и технологических (имплементация AI в условиях кадрового дефицита).

Перспективы дальнейшего развития отрасли детерминированы способностью стейкхолдеров (туроператоров, отельеров, регуляторов) консолидировать усилия для формирования устойчивой экосистемы туризма, ориентированной на создание уникальной потребительской ценности и эффективное использование инструментов государственной поддержки в условиях «новой нормальности». Ключевым вызовом выступает необходимость балансирования между ценовой доступностью и рентабельностью бизнеса в условиях сжатия платежеспособного спроса.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 29.12.2025) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ.

в силу с 01.03.2026) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 02.12.1996. – №49. – Ст. 5491.

2. Исследование: россияне выбирают автопутешествия для семейного отдыха // Ведомости. Туризм. – 2025. – 6 нояб. – URL: <https://www.vedomosti.ru/tourism/trends/news/2025/11/06/1152680-issledovanie-rossiyane-vibirayut-avtoputeshestviya-dlya-semeinogo-otdiha> (дата обращения: 09.03.2026).

3. Искусственный интеллект в гостиничном бизнесе России: тренды 2026 года и кейс нейроконсультанта Ника 3.0. – URL: <https://www.librahospitality.com/company/news/iskusstvennyu-intellekt-v-gostinichnom-biznese-rossii--trendy-2026-goda-i-keys-neyrokonsultanta-nika/> (дата обращения: 09.03.2026).

4. «Работай и путешествуй»: как туротрасль пытается справиться с критическим дефицитом кадров // Российская газета. – 2025. – 27 нояб. – URL: https://rg.ru/2025/11/27/esh-rabotaj-i-tancuj.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Falice.yandex.ru%2F (дата обращения: 09.03.2026).

5. Внутренний туризм в России в 2025 году: замедление роста, смещение в зарубежные направления и прогнозы на 2026. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8340699> (дата обращения: 09.03.2026).

6. Отдельные показатели деятельности организаций туристической индустрии / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 09.03.2026).

7. Газгиреева Л.Х. Основные тренды в туризме и индустрии гостеприимства: аналитика, проблемы и перспективы на 2026 год / Л.Х. Газгиреева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2025. – Т. 19. №2. – С. 100–111.

8. Богданов Е.И. Экономика отрасли туризма: учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомоллова, В.П. Орловская; под ред. проф. Е.И. Богданова. – М.: Инфра-М, 2026. – 318 с.