Рой Сергей Анатольевич
студент
Научный руководитель
Жукова Ольга Геннадьевна
старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»
г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ (НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ)

Аннотация: *в статье рассматривается роль информационных технологий в развитии туризма как фактора диверсификации экономики ресурсодобывающего региона. Цель исследования – оценить влияние цифровизации туристской сферы на экономические показатели Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Методологическую основу составили системный подход, анализ статистических данных и научной литературы. Установлено, что цифровые платформы и сервисы способствуют росту объема туристских услуг и налоговых поступлений в региональный бюджет, однако эффект цифровизации остается неравномерным. Сделан вывод о необходимости интеграции туристской цифровой инфраструктуры в стратегию социально-экономического развития территории.*

Ключевые слова: *региональная экономика, цифровизация туризма, туристская отрасль, ХМАО – Югра, диверсификация, информационные технологии, туристский поток.*

Туристская отрасль рассматривается в современной экономической науке как один из перспективных секторов, способных обеспечить устойчивый социально-экономический рост территории, повышение качества жизни населения и укрепление имиджа региона [4]. Для ресурсодобывающих территорий, к которым относится Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, развитие туриз-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ма приобретает особое значение в контексте диверсификации хозяйственной структуры и снижения зависимости от нефтегазового комплекса. При этом цифровые технологии становятся не просто инструментом продвижения туристского продукта, а фактором, влияющим на масштабы и структуру экономических эффектов туристской деятельности.

Цель настоящей статьи – оценить, каким образом цифровизация туристской сферы отражается на экономических показателях региона, и определить условия, при которых информационные технологии обеспечивают положительную динамику вклада туризма в региональную экономику.

Формирование понятия «туризм» в современной экономике происходит с учетом его двойственной природы: с одной стороны, это вид экономической деятельности, с другой – социокультурный феномен, опосредованный цифровыми практиками доступа к туристским ресурсам и культурному наследию [3, с. 137]. Для региональной экономики существенно, что туризм создает мультипликативные эффекты в смежных отраслях – транспорте, общественном питании, связи, торговле, – а цифровые платформы усиливают эти эффекты за счет расширения географии потребителей и снижения транзакционных издержек.

Адаптация сервисной деятельности в туризме и гостеприимстве к новым социально-экономическим и культурным трендам предполагает не только техническое переоснащение, но и содержательную перестройку моделей взаимодействия с потребителем [1, с. 238]. Это означает, что экономический эффект цифровизации не сводится к автоматизации отдельных операций: речь идет об изменении качества туристского продукта и, соответственно, его способности генерировать устойчивый спрос и доходы в регионе.

Статистические данные свидетельствуют о том, что туристская отрасль ХМАО – Югры демонстрирует положительную экономическую динамику. В 2025 году туристический поток в округ составил 1 млн 19,8 тыс. человек, при этом объем оказанных услуг гостиниц, санаторно-курортных организаций, агентств и туроператоров возрос с 11,9 млрд до 14,8 млрд рублей, а налоговые поступления в окружной бюджет увеличились с 2,55 млрд до 2,94 млрд рублей

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

[6]. По оценкам, в 2026 году туризм становится полноценной и значимой отраслью экономики автономного округа.

Развитие цифровой инфраструктуры выступает одним из факторов этой динамики. Официальный туристический портал ХМАО – Югры (*visitugra.ru*) выполняет функцию витрины туристских ресурсов и канала продвижения регионального продукта, обеспечивая доступ туроператоров и турагентов к актуальной информации о маршрутах и объектах показа. Концепция «умного» туризма, основанная на интеграции цифровых платформ, больших данных, искусственного интеллекта и технологий дополненной реальности, трансформировалась из инструмента автоматизации сервисов в ключевой элемент инновационной экосистемы региона, обеспечивающий мультипликативные эффекты в региональной экономике [5, с. 1330]. Для ХМАО – Югры это означает, что цифровизация туризма должна рассматриваться не как отраслевая задача, а как составляющая стратегии пространственного и экономического развития территории.

Вместе с тем цифровизация туристского сектора региона характеризуется неравномерностью: успешные точечные проекты соседствуют с фрагментарным применением информационных технологий на уровне отдельных туроператоров и турагентств. Значительная часть туристских ресурсов связана с традиционным природопользованием и культурой коренных народов Севера; цифровые инструменты должны поддерживать существующие социокультурные практики, а не вытеснять их, что имеет не только культурное, но и экономическое значение, поскольку аутентичность является фактором конкурентоспособности регионального туристского продукта [2, с. 165].

К проблемам, ограничивающим вклад цифровизации туризма в экономику региона, относятся: недостаточная интеграция локальных субъектов рынка в региональные и федеральные цифровые платформы; ограниченность собственных ИТ-ресурсов у малых и средних турагентств; дефицит кадров, обладающих одновременно туристскими и цифровыми компетенциями; фрагментарность данных о туристских потоках и предпочтениях, затрудняющая обоснованное прогнозирование экономических эффектов.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Перспективы связаны с формированием единой региональной туристской экосистемы, объединяющей туроператоров, турагентов, средства размещения, объекты показа и транспортные организации. Использование аналитики больших данных и инструментов искусственного интеллекта для прогнозирования спроса и персонализации предложений способно повысить конкурентоспособность региональных туроператоров и, как следствие, увеличить налоговую отдачу отрасли. Интеграция с федеральными платформами расширяет каналы продвижения и географию клиентской базы, что для удаленного северного региона имеет принципиальное значение.

Цифровизация туризма в ХМАО – Югре демонстрирует измеримые экономические результаты: рост объема туристских услуг и налоговых поступлений в региональный бюджет сопровождается развитием цифровой инфраструктуры и появлением платформенных решений. Вместе с тем устойчивый вклад туризма в региональную экономику зависит не от отдельных цифровых проектов, а от системной интеграции информационных технологий в управленческую и предпринимательскую практику. Для ресурсодобывающего региона это означает необходимость рассматривать цифровизацию туризма как элемент стратегии диверсификации, учитывающей социокультурную специфику территории и обеспечивающей сопряжение технологических, организационных и человеческих ресурсов.

Список литературы

1. Жукова, О. Г. Адаптация сервисной деятельности в туризме и гостеприимстве к новым социально-экономическим и культурным трендам российского общества / О. Г. Жукова // Управление социальными процессами: теория, практика, организация : учебно-методическое пособие. – Чебоксары : Среда, 2026. – С. 237–310. – EDN GMAFGH.

2. Жукова, О. Г. Социальные практики в туризме: культурное наследие как ресурс / О. Г. Жукова // Социальные практики молодежи в современном российском обществе: новые модели и вызовы : монография. – Нижневартовск : Ниж-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

невартовский государственный университет, 2024. – С. 163–182. – EDN XUOUXQ.

3. Жукова, О. Г. Формирование понятия «туризм» в современной экономике / О. Г. Жукова // Социально-экономические процессы современного общества : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чебоксары : Среда, 2024. – С. 137–140. – EDN SNVSRT.

4. Крымская, О. Л. Туристско-рекреационный комплекс в системе долгосрочного социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / О. Л. Крымская, С. А. Есипова // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2026. – № 1 (85). – URL: https://eee-region.ru/article/8508/ (дата обращения: 10.11.2026). – Текст : электронный.

5. Солод, Т. В. «Умный туризм» как инструмент формирования устойчивых инновационных экосистем территорий / Т. В. Солод // Вопросы инновационной экономики. – 2025. – Т. 15, № 4. – С. 1327–1344. – DOI 10.18334/vinec.15.4.124197. – EDN MZGXGX.

6. Турпоток в ХМАО снизился на 260 тысяч человек за год // Коммерсантъ. – 2026. – 23 апреля. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/8608017 (дата обращения: 10.11.2026). – Текст : электронный.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)