

УДК 008:338.48

DOI: 10.34670/AR.2026.19.31.002

Перспективы развития современной туристической сферы: диагностика стратегических программ

Столбов Дмитрий Александрович

Аспирант,
кафедра философии и культурологии,
Челябинский государственный институт культуры,
454091, Российская Федерация, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 35-а;
e-mail: stolbov77.77@mail.ru

Аннотация

В статье проводится диагностика и сравнительный анализ региональных стратегических программ развития туризма в десяти субъектах Российской Федерации. Цель исследования — соотнести актуальные тренды современного российского туризма (сдвиг в сторону внутреннего туризма, трансформация потребительского поведения, цифровизация) с их программным обеспечением на региональном уровне. На основе табличной систематизации данных по единым критериям (цели, задачи, индикаторы, потенциал, конкурентные недостатки, ожидаемые результаты, бюджет) выявлены общие и специфические черты региональных стратегий. Установлено, что программы адекватно отражают SWOT-ситуацию регионов, демонстрируя зависимость от трёх групп факторов: туристического потенциала, географического положения и социально-экономического контекста. Наиболее эффективными признаются стратегии, честно оценивающие локальные ограничения и фокусирующиеся на развитии уникальных конкурентных преимуществ. Делается вывод о том, что изучение региональных программ значимо не только для оценки экономических перспектив, но и для понимания туризма как мощного идентификационного ресурса и индикатора социокультурного развития территории.

Для цитирования в научных исследованиях

Столбов Д.А. Перспективы развития современной туристической сферы: диагностика стратегических программ // Культура и цивилизация. 2026. Том 16. № 2А. С. 14-22. DOI: 10.34670/AR.2026.19.31.002

Ключевые слова

Туризм, регион, локальный туризм, программы развития туризма, локальная идентичность, внутренний туризм, цифровизация туризма, стратегическое планирование.

Введение. Ключевые тренды развития современного российского туризма

Сегодня туризм – это мощная мировая индустрия, образующая до 10% мирового валового продукта, важнейшая экспортная индустрия, сфера крупных инвестиций, привлекающая миллионы работников самых разных профессий и квалификаций. Туризм оказывает непосредственное воздействие на такие отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и др.

По мнению ряда ученых, специализирующихся на изучении современного российского туризма, наиболее актуальными трендами его развития можно назвать следующие.

1. Резкий сдвиг в сторону внутреннего туризма.

В условиях геополитической напряженности и ограничений на международные поездки наблюдается значительный рост внутреннего туризма при одновременном сокращении выездного и въездного потоков.

Внутренние туристические потоки в России выросли с 31,7 млн поездок в 2013 году до 61 млн в 2022 году, при этом наблюдался уверенный рост объема платных туристских услуг с 2019 по 2022 год [Романова, 2023, 68].

Количество выездных поездок в 2022 году сократилось на 46% по сравнению с 2018 годом, хотя в 2022 году наблюдался небольшой рост (+17,12%) по сравнению с пандемийным 2019 годом [Абдуалимов, 2023, 291].

2. Трансформация потребительского поведения и появление новых ниш.

Портрет и предпочтения российского туриста претерпевают значительные изменения, формируются новые типы туристического предложения, туристические запросы, смыслы и ценности:

– «карточный туризм»: новый вид выездного туризма, основной целью которого является не отдых, а получение банковской карты в другом государстве (например, в Казахстане, Армении) для осуществления финансовых операций за рубежом [Романова, 2023, 70].

– стремление к безопасности и экологичности: туристы все больше ценят безопасность и экологическое благополучие; растет спрос на отдых в малолюдных местах, что стимулирует развитие кемпингов и глэмпингов [Пылаева, 2023, 20].

– рост интереса к активному и специализированному отдыху: популярность набирают автопутешествия, активные виды отдыха (походы, рафтинг), а также специализированные направления: экологический, гастрономический, событийный и культурный туризм.

– изменение возрастного портрета: средний возраст туристов увеличивается; основной рост бронирований в последние годы обеспечивали туристы старше 46 лет, в то время как молодежь (18-45 лет) уходила с рынка [Абдуалимов, 2023, 292].

3. Развитие альтернативных видов размещения и инфраструктуры.

Ответом на вызовы рынка стало бурное развитие нестандартных форматов проживания:

– бум кемпингов и глэмпингов;

– государственная поддержка новых форматов (федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры»).

4. Следование глобальным трендам: цифровизация и устойчивое развитие.

Российская туристическая индустрия адаптируется к общемировым вызовам и возможностям. Уход международных агрегаторов привел к активному развитию отечественных онлайн-платформ для бронирования («Яндекс.Путешествия», «Островок» и др.). Возрастает роль цифровых

технологий для персонализации предложений, создания виртуальных туров и мобильных гидов.

Кроме того, растет внимание к минимизации негативного воздействия на окружающую среду и местные сообщества. Этот тренд поддерживается внедрением ESG-принципов и развитием экологического туризма в национальных парках и заповедниках [Романова, 2023, 78; Акимова, 2025, 23, 25].

В целом, согласимся с позицией В. А. Горенкина и его коллег, которые полагают, что «туризм следует рассматривать как многоаспектный феномен – и как форму предпринимательства, и как средство образования и воспитания, и как платформу для межкультурных коммуникаций, и как способ предотвращения различных социальных конфликтов и как один из способов сохранения и развития памятников культуры и природы, исследования и трансляции культурно-природного наследия» [Горенкин, 2023, 241].

В целом современный российский туризм характеризуется парадоксальным сочетанием вынужденной интровертности (опора на внутренний рынок) и активной адаптации к новым реалиям. Ключевыми драйверами изменений стали переориентация спроса на внутренние направления, цифровая трансформация, развитие нишевых и альтернативных форматов отдыха. Однако для устойчивого роста отрасли необходимо системное решение проблем инфраструктуры, кадрового дефицита и нормативного регулирования.

Г. М. Романова с коллегами предлагают добавить к обозначенным тенденциям – специфику формирования современного турпотока: меньшую зависимость от институциональных структур (туроператоров) и возрастающую самостоятельность субъектов (потребителей услуг), выстраивающих траекторию путешествия [Романова, 2023].

Мониторинг региональных программ развития туризма. Обоснование методики

В рамках проведенного нами исследования мы решили выяснить, как эти теоретические конструкции (тренды и специфические черты современного российского рынка) соотносятся с их документационно-программным обеспечением на уровне российских регионов. Иными словами, мы проанализировали государственные программы развития туризма в 10 субъектах Российской Федерации:

- Ленинградская область;
- Республика Башкортостан;
- Калининградская область;
- Владимирская область;
- Республика Саха (Якутия);
- Алтайский край;
- Хабаровский край;
- Пермский край;
- Свердловская область;
- Курганская область.

Выбор указанных десяти регионов для анализа программ развития туризма в России позволяет охватить ключевые географические, экономические, ресурсные и стратегические аспекты отечественного туристического пространства. Данный список, по нашему мнению, соответствует нескольким значимым критериям отбора.

1. Географическое и макрорегиональное разнообразие (полный охват страны).

Регионы равномерно распределены по территории России, представляя все крупные макрорегионы. Это позволяет анализировать региональную специфику, климатические условия, логистические вызовы и потенциал межрегиональных туристических маршрутов.

2. Разнообразие туристических специализаций и ресурсной базы.

Каждый регион представляет разный тип туристического продукта, что даёт комплексную картину по всей отрасли.

3. Разный уровень развития туристической инфраструктуры и зрелости рынка.

Выбор включает как лидеров, так и регионы с высоким потенциалом, но менее развитой инфраструктурой. К первым можно отнести, например, Алтайский край и Ленинградскую область и др. Ко вторым – Хабаровский край, Курганская область и др. В рамках данного критерия есть возможность оценить и туристские ресурсы промышленных регионов с диверсификацией через туризм (Свердловская область, Пермский край). Анализ их программ показывает, как туризм интегрируется в экономику индустриальных территорий.

4. Разный экономико-географический статус и вызовы.

В аналитическую выборку попали как приграничные, так и внутренние регионы, а также регионы с особым статусом (Калининградская область – особая экономическая зона и Республика Саха (Якутия) – район крайнего Севера).

5. Представленность в федеральных стратегиях и нацпроектах.

Большинство регионов входят в ключевые туристические макротерритории, определенные федеральной стратегией: «Большой Урал», «Русский Север», «Серебряное ожерелье», «Дальний Восток» и др.

6. Научный и практический интерес для сравнительного анализа.

Сравнение «слабых» и «сильных» игроков позволяет выявить, какие инструменты (инвестиционные, маркетинговые, инфраструктурные) используются лидерами и как они адаптируются в менее развитых регионах.

Таким образом, можно говорить о том, что территориальная выборка представляет собой сбалансированную и репрезентативную модель российского туристического пространства. Она позволяет проводить комплексный сравнительный анализ программ развития туризма в современной России по географическому, типологическому, локационному, статусному и иным критериям.

Обозначенные программы были описаны и таблично структурированы по следующим критериям:

- цель;
- задачи;
- индикаторы эффективности;
- туристический потенциал (туристически привлекательные направления и объекты);
- конкурентные недостатки;
- ожидаемые результаты;
- бюджет.

Далее мы проанализировали полученные сведенные табличные данные по следующим параметрам:

- наличие общих и специфических целевых установок;
- конкретность сформулированных целей, задач, индикаторов и критериев эффективности;
- соотношение цели развития сферы туризма, туристического потенциала и отраслевых ограничений (конкурентных недостатков);

- региональная специфика отраслевых проблем;
- наличие общих и специфических установок в ожидаемых результатах;
- сравнение финансовых показателей.

Мониторинг региональных программ развития туризма

Анализ результатов

Представим краткий обзор полученных результатов.

1. Наличие общих и специфических целевых установок.

В целом все программы сочетают универсальные экономические цели (формирование конкурентоспособной туристской индустрии, увеличение туристического потока, повышение вклада туризма в экономику и пр.) с уникальными, вытекающими из социально-географического контекста региона (развитие социального туризма в Башкортостане, формирование локальной идентичности жителей и усиление внешней узнаваемости в Республике Саха (Якутия), достижение оптимальных ценовых условий для туризма в Хабаровском крае).

2. Конкретность сформулированных целей, задач, индикаторов.

Большинство программ демонстрирует высокий уровень конкретизации, особенно в индикаторах, что позволяет измерить результат. Свердловская область в представленной таблице – исключение. Наиболее конкретно обозначены параметры (с указанием численности населения, финансовых затрат и перспектив) в программах Ленинградской области, Хабаровского края, Республики Саха (Якутия), Алтайского края.

3. Соотношение цели, потенциала и конкурентных недостатков.

В данном пункте наблюдается прямая логическая связь. Программы строятся по принципу «от проблем – к решению через использование потенциала».

Например, в Ленинградской области в качестве туристического потенциала обозначено богатейшее культурное наследие. В качестве недостатка – дефицит современной инфраструктуры, слабая информированность населения. Соответственно цель сформулирована как максимальный рост турпотока через развитие инфраструктуры и продвижение.

В программе Республики Саха (Якутия) потенциал раскрывается через уникальную природу и этнопотенциал, недостатки связаны с транспортной недоступностью, слабой инфраструктурой, высокой стоимостью туристических услуг. На этом основании цель и задачи связываются с ростом туристического потока, снижением стоимости услуг за счет пространственного развития, создания инфраструктуры, а также повышения узнаваемости туристических объектов.

В Курганской области фиксируется и наиболее слабый туристический потенциал (лечебный и охотничье-рыболовный), и серьезные проблемы в сфере туризма (низкий уровень сервиса, износ базы, кадровый дефицит), и наименьшее финансирование. На этом основании цель программы сформулирована как базовое развитие туристической деятельности через поддержку предпринимательства и кадров.

То есть можно сказать, что программы в целом адекватно отражают SWOT-ситуацию региона. Регионы с колоссальным потенциалом (Ленобласть, Якутия, Алтай) ставят амбициозные цели, а регионы со скромными возможностями (Курганская обл.) фокусируются на точечном улучшении условий.

4. Региональная специфика отраслевых проблем.

Данные проблемы, обозначенные в программах, четко детерминированы географией,

климатом и экономическим контекстом региона. Среди наиболее распространенных можно назвать следующие.

1) Географическая удалённость и транспорт. Например, это ключевая и наиболее специфическая проблема для Якутии и отчасти Хабаровского края. Определяет высокие издержки и сезонность.

2) Сезонность. Наиболее остро она проявляется в Алтайском крае в сфере рекреационного туризма и в Якутии для всех видов туризма. Для Ленинградской и Калининградской областей (пляжный туризм) эта проблема также актуальна, но менее выражена.

3) «Тень» соседних столиц/регионов. Например, программа Владимирской области прямо указывает на конкуренцию со схожими регионами (с Московской, Ярославской областями). Ленинградская область конкурирует с Санкт-Петербургом.

4) Кадровый дефицит. Это в целом универсальная проблема, но в качестве первостепенной она обозначена в Курганской области и Якутии.

5) Недостаток ярких туристических объектов. Эту проблему также можно отнести к разряду универсальных практически для всех регионов (кроме Калининградской, Владимирской и Ленинградской областей).

5. Наличие общих и специфических установок в ожидаемых результатах.

К общим установкам можно отнести: рост турпотока, увеличение экономических показателей (объём услуг, налоги, инвестиции), создание рабочих мест, развитие инфраструктуры. К специфическим: создание национального бренда, сохранение культурного наследия (Якутия), реализацию социальных программ для уязвимых групп (Башкортостан), закрепление статуса туристического центра Дальнего Востока (Хабаровский край), формирование «благоприятного имиджа» (Курганская область) и др.

6. Сравнение финансовых показателей.

Абсолютный лидер по объёму финансирования – Пермский край (150 млрд руб.), иллюстрирующий масштабные инфраструктурные планы. На втором месте – Республика Саха (Якутия) (9.3 млрд руб.), чьи инвестиционные проекты выступают оправданной необходимостью решения транспортных и инфраструктурных проблем на гигантской территории. На последнем месте Курганская область (31.6 млн руб.) и Владимирская область (99 млн руб.). Для Владимирской области это может быть связано с уже имеющейся развитой инфраструктурой и фокусом на точечные меры поддержки. Для Курганской – с отражением скромных финансовых амбиций и возможностей.

Можно сделать вывод о том, что объём финансирования напрямую коррелирует с амбициозностью целей, масштабом региона и серьёзностью инфраструктурных проблем (особенно наглядно это проявляется у Якутии и Пермского края).

Заключение

Осуществленный анализ позволяет зафиксировать региональную специфику стратегических планов различных регионов РФ в сфере туризма.

Во-первых, стратегии развития туризма в российских регионах демонстрируют чёткую зависимость от трёх ключевых групп факторов:

1) Туристический потенциал (ресурсная база).

Регионы с уникальным, всемирно известным потенциалом (Ленинградская область – культурно-историческое наследие; Якутия – природа и культурно-этнический потенциал; Алтай – рекреационные ресурсы) строят стратегии вокруг его «раскрутки» и коммерциализации. Их

цели – максимальный рост потока и узнаваемости.

Регионы со стандартным или «рядовым» потенциалом (Курганская область, отчасти Пермский край) делают акцент на создании условий (поддержка бизнеса, кадры) и развитии специализированных ниш (Свердловская область – деловой, промышленный туризм; Башкортостан – социальный и геотуризм).

2) Географическое положение и инфраструктура.

Удалённые регионы (Якутия, Хабаровский край) вынуждены закладывать в стратегию преодоление транспортного барьера как основную задачу. Их программы часто носят характер комплексного территориального развития.

Пристоличные и центральные регионы (Ленинградская, Владимирская обл.) сталкиваются с проблемой конкуренции и перехвата туристов соседними «гигантами». Их стратегии направлены на создание самостоятельного продукта, который удержит туриста на своей территории.

Анклавный регион (Калининградская область) имеет стратегию, схожую с островными территориями, отличающуюся упором на создание замкнутого, самодостаточного туристского продукта.

3) Социально-экономический контекст.

Депрессивные или дотационные регионы (Курганская обл.) рассматривают туризм, прежде всего, как инструмент оживления экономики и создания рабочих мест, поскольку именно туризм в последние годы рассматривается экономистами и регионалистами как мощнейший «триггер социально-экономического, культурного и политического развития» [Андрющенко, 2024, 65].

Регионы с сильными этнокультурными особенностями (Якутия, Башкортостан) включают в цели развитие туристической сферы пункты, связанные с сохранением наследия и укреплением идентичности.

Промышленно развитые регионы (Свердловская, Калининградская области) активно развивают деловой, промышленный и конгрессно-выставочный туризм, используя существующую экономическую базу.

Следовательно, несмотря на единую методологию и общие рамки (национальные цели), региональные программы являются не шаблонными документами, а отражают уникальную комбинацию местных преимуществ и ограничений, условий и ожиданий. Наиболее сильные и реалистичные стратегии – те, которые не пытаются «быть как все», а честно оценивают свои слабые стороны и делают ставку на развитие конкурентных преимуществ, данных географией, историей и экономикой региона.

Значимость изучения региональных программ развития туризма, на наш взгляд, определяется, прежде всего, тем, что региональный туризм – это не только экономические показатели и инфраструктурные изменения. Но это, прежде всего, мощнейший идентификационный ресурс, индикатор социокультурного развития территории и рефлексор общего благополучия в регионе [Дроздов, 2020, 78].

Библиография

1. Абдуалимов А.Р. Современные тренды развития туризма в Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2023. — Том 13. — № 11А. — С. 288-295.
2. Акимова О.Е., Кожухова М.Т., Айбазова М.С. Развитие туризма в России на современном этапе: вызовы и перспективы // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика. — 2025. — Вып. 1 (355). — С. 17-27.

3. Андриющенко Е.С., Верна В.В., Ибрагимов Э.Э., Микитинец А.Ю., Микитинец О.И., Пилькевич С.В., Шилина В.А. Туризм как сфера реализации социокультурных практик в Крыму // Социокультурные практики в реалиях современного Крыма: Монография. — Симферополь: Антика, 2024. — С. 65-127.
4. Горенкин В.А., Микитинец А.Ю., Микитинец О.И., Чугунова Т.Н., Швецова А.В. Концептуализация культуры туризма в дискурсе современного социогуманитарного знания // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2023. — № 52. — С. 239-252.
5. Дроздов А.В. Основы экологического туризма. — Москва: Вектор, 2020. — 280 с.
6. Пылаева А.С. Мировые тренды развития туристической отрасли в эпоху глобализации // Туризм: право и экономика. — 2023. — № 4. — С. 19-21.
7. Романова М.М., Кулгачев И.П. Современные тенденции развития отечественного туризма в реалиях геополитической обстановки // Экономические и социальные проблемы России. — 2023. — № 4. — С. 66-80.

Prospects for the Development of the Modern Tourism Sector: Diagnostics of Strategic Programs

Dmitrii A. Stolbov

Postgraduate Student,
Department of Philosophy and Cultural Studies,
Chelyabinsk State Institute of Culture,
454091, 35-a, Ordzhonikidze str., Chelyabinsk, Russian Federation;
e-mail: stolbov77.77@mail.ru

Abstract

The article provides a diagnostics and comparative analysis of regional strategic programs for tourism development in ten constituent entities of the Russian Federation. The aim of the study is to correlate current trends in modern Russian tourism (a shift towards domestic tourism, transformation of consumer behavior, digitalization) with their programmatic support at the regional level. Based on tabular systematization of data according to unified criteria (goals, objectives, indicators, potential, competitive disadvantages, expected results, budget), common and specific features of regional strategies are identified. It is established that the programs adequately reflect the SWOT situation of the regions, demonstrating dependence on three groups of factors: tourism potential, geographical location, and socio-economic context. The strategies that honestly assess local constraints and focus on developing unique competitive advantages are recognized as the most effective. It is concluded that the study of regional programs is significant not only for assessing economic prospects, but also for understanding tourism as a powerful identification resource and an indicator of the socio-cultural development of a territory.

For citation

Stolbov D.A. (2026) Perspektivy razvitiya sovremennoy turisticheckoy sfery: diagnostika strategicheskikh programm [Prospects for the Development of the Modern Tourism Sector: Diagnostics of Strategic Programs]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 16 (2A), pp. 14-22. DOI: 10.34670/AR.2026.19.31.002

Keywords

Tourism, region, local tourism, tourism development programs, local identity, domestic tourism, digitalization of tourism, strategic planning.

References

1. Abdulimov, A. R. (2023). *Sovremennyye trendy razvitiya turizma v Rossiyskoy Federatsii* [Contemporary Trends in the Development of Tourism in the Russian Federation]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, 13(11A), 288-295.
2. Akimova, O. E., Kozhukhova, M. T., & Aibazova, M. S. (2025). *Razvitiye turizma v Rossii na sovremennom etape: vyzovy i perspektivy* [Development of Tourism in Russia at the Present Stage: Challenges and Prospects]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Ekonomika*, 1(355), 17-27.
3. Andryushchenko, E. S., Verna, V. V., Ibragimov, E. E., Mikitinets, A. Yu., Mikitinets, O. I., Pilkevich, S.V., & Shilina, V. A. (2024). *Turizm kak sfera realizatsii sotsiokulturnykh praktik v Krymu* [Tourism as a Sphere for the Implementation of Socio-Cultural Practices in Crimea]. In *Sotsiokulturnye praktiki v realiyakh sovremennogo Kryma* (pp. 65-127). Simferopol: Antikva.
4. Drozdov, A. V. (2020). *Osnovy ekologicheskogo turizma* [Fundamentals of Ecological Tourism]. Moscow: Vektor.
5. Gorenkin, V. A., Mikitinets, A. Yu., Mikitinets, O. I., Chugunova, T. N., & Shvetsova, A. V. (2023). *Kontseptualizatsiya kulturey turizma v diskurse sovremennogo sotsiogumanitarnogo znaniya* [Conceptualization of the Culture of Tourism in the Discourse of Modern Social and Humanitarian Knowledge]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kulturologiya i iskusstvovedenie*, 52, 239-252.
6. Pylaeva, A. S. (2023). *Mirovyye trendy razvitiya turisticheskoy otrasli v epokhu globalizatsii* [Global Trends in the Development of the Tourism Industry in the Era of Globalization]. *Turizm: pravo i ekonomika*, 4, 19-21.
7. Romanova, M. M., & Kulgachev, I. P. (2023). *Sovremennyye tendentsii razvitiya otechestvennogo turizma v realiyakh geopoliticheskoy obstanovki* [Contemporary Trends in the Development of Domestic Tourism in the Realities of the Geopolitical Situation]. *Ekonomicheskiye i sotsialnyye problemy Rossii*, 4, 66-80.