УДК 379.85
DOI: 10.22412/1995-042X-2026-20-4-5-8

«УМНЫЙ» ТУРИЗМ И РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

Еще несколько лет назад дискуссии об «умном» туризме носили преимущественно футурологический характер. Цифровые платформы, большие данные, искусственный интеллект казались скорее обещанием будущего, чем инструментом сегодняшнего дня. Однако к 2026 году картина радикально изменилась. Перед нами уже не теоретические конструкции, а работающие модели, которые приносят измеримую экономическую ценность территориям, меняют структуру отраслей и открывают новые возможности для регионов, ранее остававшихся на периферии глобального туристского рынка. И именно сейчас, на стыке технологических возможностей и накопленного практического опыта, перед научным сообществом открывается по-настоящему интересная задача – не просто констатировать факты цифровизации, а понимать, как именно она создает устойчивую экономическую ценность.

Сегодня в Российской Федерации мы можем наблюдать множество примеров успешного внедрения цифровых технологий с конкретными финансовыми и управленческими результатами. Например, реализация проекта «Цифровой отель» в Казани, основанного на системе мобильного заселения и организация «умных номеров», обеспечила рост индекса удовлетворенности гостей и показателя средней выручки на один доступный номер за определенный период времени (RevPAR). Республика Алтай строит экосистему аутентичного туризма. Местный центр «Мой бизнес» запустил гранты для малых отелей и гостевых домов, а также обучение для местных ремесленников и мастеров. В этом процессе цифровые инструменты используются для помощи предпринимателям в управлении бизнесом. Калининградская область формирует цифровую платформу на основе мобильного приложения Go Kaliningrad, которая объединит в одном сервисе билеты, бронирование и маршруты, что позволит эффективно управлять туристскими потоками и процессами.

Есть немало примеров и в нишевых сегментах. Например, проекты виртуализации старого кладбища Волжского с его уникальным Мортуарием, Князь-Владимирского кладбища во Владимире и Новостроищенского кладбища в Воронеже показывают, как цифровые двойники культурно-исторических объектов расширяют доступ к ним маломобильных групп населения.

Примером международного опыта цифровой трансформации сферы туризма является цифровая платформа Sayohat.uz в Узбекистане. За последние годы страна продемонстрировала рекордные темпы роста туристского потока – 11,7 млн иностранных посетителей в 2025 году и экспорт туристских услуг в размере 4,8 млрд долларов США. И если либерализация визового режима создала институциональные предпосылки этого роста, то именно платформа Sayohat.uz, объединившая бронирование, билетные сервисы, цифровую идентификацию и туристские услуги в единую экосистему, превратила государство из пассивного регулятора в активного оператора туристской экономики. Несмотря на то что платформа ориентирована больше на взаимодействие с туристами, чем на внутренние процессы, однако государство получило эффективный инструмент сбора данных, координации с операторами и формирования единого цифрового образа дестинации.

Что объединяет все вышесказанное? Во-первых, цифровизация сегодня – это не просто слова, а инструмент решения

конкретных задач социально-экономического развития. Во-вторых, осознание того, что технологические решения наиболее эффективны тогда, когда они встроены в продуманную институциональную среду, где государство, бизнес и местные сообщества действуют согласованно. В-третьих, готовность измерять результаты не количеством внедренных приложений, а реальным вкладом в региональное развитие, ростом занятости, повышением качества рабочих мест и удовлетворенности туристов.

Перед нашим журналом как изданием, работающим в поле региональной и отраслевой экономики, стоит важная задача – поддерживать и развивать эту позитивную повестку.

Цифровизация туризма – это уже не вызов, на который нужно реагировать, а возможность, которую нужно осмысленно использовать. И задача научного сообщества – помочь практикам, предпринимателям и органам власти увидеть за технологическими решениями их подлинный экономический смысл, а за успешными кейсами – переносимые модели, которые могут быть адаптированы в самых разных территориях. Именно в этом пересечении технологического оптимизма и научной строгости рождается знание, способное реально менять отрасль.

Главный редактор
проф. Виноградова М. В.

UDC 379.85
DOI: 10.22412/1995-042X-2026-20-4-5-8

«SMART» TOURISM AND TERRITORIAL DEVELOPMENT

Just a few years ago, discussions about «smart» tourism were predominantly futuristic in nature. Digital platforms, big data, and artificial intelligence seemed more like a promising future than a today tool. However, by 2026, the picture has changed radically. We are no longer dealing with theoretical constructs, but with operational models that deliver measurable economic value to territories, transform industry structures, and open up new opportunities for regions that previously remained on the periphery of the global tourism market. And right now, at the intersection of technological capabilities and accumulated practical experience, the academic community faces a truly interesting task that means not just to state the digital facts, but to understand exactly the digitalization of sustainable economic value.

Today in the Russian Federation, we can observe many examples of successful digital technology implementation with concrete financial and management effects. For instance, the «Digital Hotel» project in Kazan, based on a mobile check-in system and arranging «smart rooms», has ensured an increase in guest satisfaction index and the revenue per available room (RevPAR) over a certain period. The Altai Republic is creating an authentic tourism ecosystem. The local «My Business» center has launched grants for small hotels and guesthouses, as well as training programs for local artisans and craftsmen. In this process, digital tools are used to help entrepreneurs managing their businesses. The Kaliningrad Region is developing a digital platform based on «Go Kaliningrad» mobile application, which is going to combine tickets, bookings, and routes in a single service for managing effectively tourist flows and related processes.

There are also quite a lot of examples in niche segments. For instance, the virtualization projects of the Prince Vladimir Cemetery (Vladimir Necropolis) in the city of Vladimir and the Novostroishchenskoe Cemetery (the Newly-Built Mitrofanovskoye Cemetery or Voronezh Necropolis) in the city of Voronezh demonstrate how digital counterparts of cultural and historical sites expand access to them for people with limited mobility.

The international example of digitalization experience in the tourism sector is the digital platform «Sayohat.uz» in Uzbekistan. In recent years, the country has demonstrated record growth rates in the tourist flow and the export of tourist services (11.7 million foreign visitors and 4.8 billion US dollars in 2025). And if the liberalization of the visa regime has created the institutional background for this growth, then it is the platform «Sayohat.uz» has transformed the state from a passive regulator into an active operator of the tourism economy by connecting booking, ticket services, digital identification, and tourism services into a single ecosystem. Despite the fact that the platform is focused more on interaction with tourists than on internal processes, however, the state has received an effective tool for data collection, coordination with operators and the formation of a unified digital destination image.

What unites the foregoing? Firstly, digitalization today is not talk, but a tool for solving specific socio-economic challenges. Secondly, it is the understanding that technological solutions are most effective when they are embedded in a well-thought-out institutional environment where the government, business and local communities act in concert. Thirdly, it means the willingness to measure results not by the number of implemented

applications, but by a real contribution to regional development, employment growth, job quality improvement and tourist satisfaction.

Our journal, which is published in the field of regional and sectoral economics, has an important task to support and develop this positive agenda.

Tourism digitalization is no longer a challenge that needs to be responded to, but an opportunity that needs to be used meaningfully. And the task of the scientific community is to help practitioners, entrepreneurs and authorities to see the true economic meaning behind technological solutions as well as portable models, which can be adapted in a wide variety of territories, behind the successful cases. Only this intersection of technological optimism and scientific strictness gives birth to the knowledge that can really change the industry.

Editor-in-chief, Professor
Marina V. Vinogradova