

## Влияние информационных технологий на формирование туристских потоков в регионах России

Научный руководитель – Кружалин Виктор Иванович

*Оздоева Луисана Хамзатовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Географический факультет, Кафедра рекреационной географии и туризма, Москва, Россия

*E-mail: lowisa5494@bk.ru*

Начиная с 2014 года в Российской Федерации произошла структурная перестройка российского туризма. Наблюдаются активное, опережающее по отношению к выездному, развитие внутреннего и въездного туризма и устойчивый рост численности российских и иностранных туристов. Темпы прироста в период с 2010 по 2017 гг. составили 137%. Это связано с реализацией ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», а также с необходимостью импортозамещения в туризме в связи с агрессивной санкционной политикой США и ЕС по отношению к России. Создание системы рекреации и туризма становится важным элементом жизнеобеспечения деятельности человека. На это направлена реализация Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ 20 сентября 2019 г. № 2129-р. Основные цели Стратегии направлены на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счет создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта, конкурентоспособного на внутреннем и мировом рынках, а также усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации. [1]

Одним из инструментов формирования туристских потоков является целенаправленное продвижение туристского продукта регионов в социальных сетях на внутреннем и международном туристских рынках. Они, в свою очередь, формируют впечатления и образный портрет территории, привлекая все больше российских и иностранных туристов.

В рамках исследования также был проанализирован показатель, характеризующий динамику прироста численности российских и иностранных туристов в коллективных средствах размещения с 2013 по 2017 гг., который оценивался для каждого региона на основе расчета прироста турпотока. Оценка регионов Российской Федерации по продвижению туристского продукта основана на сравнении комплексного показателя деятельности регионов по продвижению турпродукта и показателя динамики туристских прибытий. Комплексный показатель включает 5 индикаторов, для каждого из которых была предложена система балльной оценки.

В результате оценки всех показателей был проведен расчет комплексного показателя работы каждого региона по продвижению туристского продукта. На завершающем этапе был проведен сравнительный анализ зависимости динамики прироста численности российских и иностранных туристов от комплексного показателя деятельности регионов по продвижению туристского продукта. Было установлено, что 46 исследуемых регионов относятся к группе с «высокой» оценкой сочетания комплексного показателя деятельности регионов по продвижению туристского продукта и динамики туристских прибытий. В этой группе к лидерам относятся: Республика Крым, Краснодарский край, Ленинградская область, Московская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Севастополь.

Установлено, что подавляющее большинство регионов РФ проводят активную работу по популяризации и продвижению туристского продукта в социальных сетях, в том числе с использованием трэвел-блогов.

#### **Источники и литература**

- 1) Александрова А.Ю. Статистика туризма: учебник. М. : Федеральное агентство по туризму, 2014.464 с.