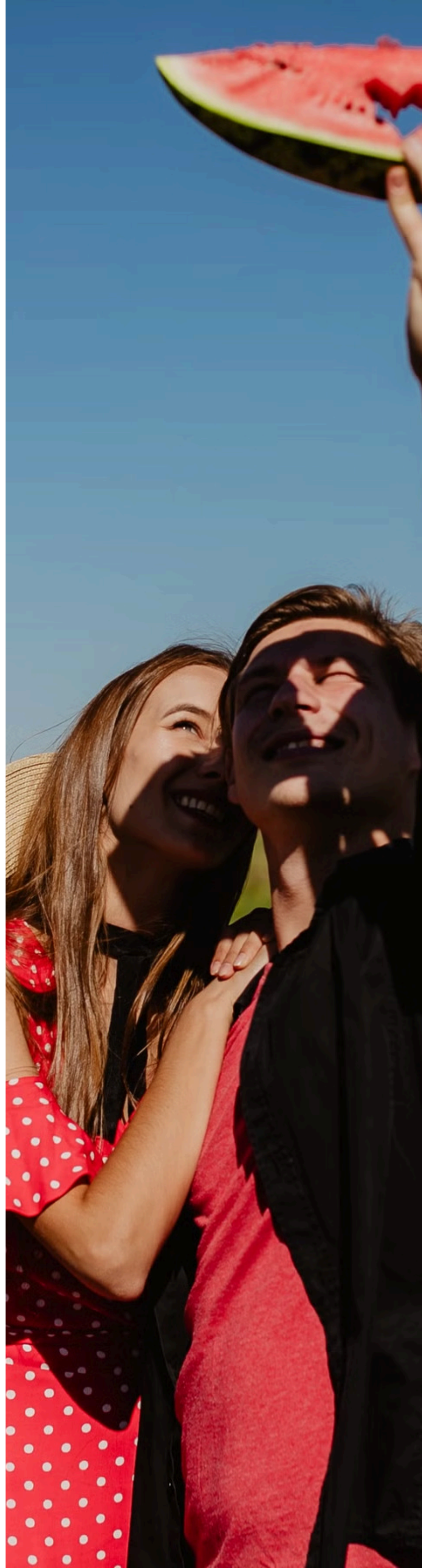




АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ 2024 ГОДА. ТОЧКИ РОСТА И КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ В ТУРИЗМЕ И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА 2025 ГОД

Фото: Оренбургская область, г. Соль-Илецк, кафе
Старый город





1. Развитие спроса на внутренний туризм

В 2024 году сохранялся высокий интерес к внутреннему туризму: 87% россиян с удовольствием путешествовали по стране, что превысило показатель 2023 года (77%). 41% респондентов отметили расширение возможностей для проведения отпуска, а 36% указали, что это произошло за счет внутреннего туризма. **В 2025 году данный тренд может усилиться, что создаёт предпосылки для развития новых направлений и форматов отдыха внутри страны.**

Данные приведены на основе результатов исследования АСИ и Группы компаний Б1 [Внутренний туризм в России: не стоим на месте](#) в 2024 году. АСИ проводит данное исследование уже второй год подряд, чтобы оценить текущую ситуацию в российском внутреннем туризме, проанализировать динамику в сравнении с результатами прошлого года и определить влияние реализуемых мер по развитию туризма.

Фото: Республика Коми, г. Ижма, праздник Луд, конные скачки



2. Открытие новых дестинаций и рост межрегиональных поездок

Можно сказать, что туризм стал меньше тяготеть к традиционным дестинациям в лице наших крупнейших мегаполисов и курортного юга. **В уходящем году значительно увеличился интерес к Арктике, Сибири и Дальнему Востоку.** Например, число желающих посетить Дальний Восток выросло с 17% в 2023 году до 29% в 2024-м, а Русский Север привлёк внимание 21% респондентов (в 2023 году – 9%). В 2025 году можно ожидать дальнейшего роста интереса к уникальным природным регионам, особенно если будут предложены новые маршруты и улучшена транспортная доступность.

В 2024 году путешествия на выходные в соседние регионы стали популярнее, причём 80% респондентов рассматривали такой формат отдыха. **Этот тренд на мобильность, вероятно, продолжится в 2025 году,** что создаёт возможности для развития локального туризма, различных форматов туров выходного дня и межрегиональных программ путешествий.



3. Развитие транспортной инфраструктуры

Тренд на развитие межрегиональных поездок укрепился благодаря увеличению доли путешествующих самолётом – с 28% в 2022 году до 47% в 2024-м. Автомобильные путешествия также сохранили популярность, причём 53% туристов остались довольны поездками на машине. **В 2025 году увеличение доли коротких поездок и автопутешествий** потребует активного улучшения транспортной инфраструктуры, в частности улучшения качества дорог и сервисов на трассах.



4. Развитие экотуризма и инфраструктуры ООПТ

По данным опроса ВЦИОМ, в 2024 году менее половины россиян (40%) имели опыт посещения особо охраняемых природных территорий (ООПТ), хотя интерес к отдыху в заповедных местах остаётся высоким (86%). Эти данные подчёркивают значительный потенциал экотуризма в России, что стало одним из приоритетов государственной повестки.

Так, разрабатываемый новый национальный проект «Экологическое благополучие» предусматривает порядка **20 млн посетителей** особо охраняемых природных территорий федерального значения к 2030 году. В 2024 году Президентом было поручено **создание во всех национальных парках страны инфраструктуры для экологического туризма** (в том числе в целях возможности посещения таких парков детьми), включающей в себя площадки для отдыха, музеи, визит-центры, экологические тропы и др.

Грамотно управляющая антропогенным воздействием инфраструктура на ООПТ и сопредельных территориях не только увеличит туристический поток, но и позволит повысить осведомлённость граждан о природном богатстве России, способствуя формированию культуры устойчивого и экологически ответственного отдыха.

[Заповедные маршруты русских туристов](#)

Фото: Мурманская область, с.п. Тулома, резиденция Северное Сияние

5. Путешествия по тропам и развитие активного туризма

Масштабным трендом является **развитие индустрии отдыха на природе** – это кемпинги, караванинг (путешествия в автодомах / с автоприцепом), походы, водные и зимние виды спорта, велопутешествия, туризм, связанный с пребыванием и наблюдением за дикой природой (экотуризм является его частью), приключенческий туризм, рыбалка, охота, мотоспорт, внедорожный спорт и др. Список можно ещё продолжать, а всего можно выделить **более 400 видов активностей**.

Потенциал туристической отрасли в России огромен, и не все возможности для её развития ещё использованы. **Активный туризм, в частности пешеходное перемещение по тропам**, развивается во всем мире. И в России есть все для того, чтобы его популяризировать.

Согласно исследованию, посвящённому анализу вовлеченности россиян в активный туризм, **69% респондентов увлекаются пешими походами**. Сильнее всего их привлекают несложные походы на полный день, об этом заявили 48% опрошенных, и походы на несколько часов (46%). **Значительная доля участников опроса (78%) использует автомобиль** для того, чтобы добраться до туристической тропы. Здесь мы возвращаемся к важности создания инфраструктуры для путешествующих на машинах в рамках концепции мультимодальных путешествий, когда люди могут комбинировать разные виды транспорта.

АСИ и Группа компаний Б1 представили в июне 2024 года результаты исследования [Тропы России: потенциал развития пешеходных путешествий](#).

Фото на фоне: Ивановская область, город Плес, эко-парк «Иволга»



6. Рост интереса к оздоровительному отдыху в своём или соседнем регионе

Мы видим тренд на оздоровление и антистрессовую составляющую. Это активный природный или спа-отдых: программы, направленные на сохранение молодости, красоты, здоровья и психологического баланса. **Аудитория российских санаториев становится гораздо моложе** – всё чаще приезжают гости 25–35 лет, растёт и доля семейных туристов с детьми. **В 2024 году ещё больше вырос интерес людей к санаториям в своём или соседнем регионе.** Основными критериями выбора санатория являются: разнообразие природных лечебных факторов и живописность курорта; качество лечебно-диагностической базы, перечень процедур и специалистов; наличие бассейнов, SPA; качество номеров; возможность выбора питания (специализированные / адаптогенные меню и пр.); технологии сна (меню подушек и матрасов, ароматерапия, акустика, услуга «Консьерж сна»); наличие развлекательной инфраструктуры; транспортная доступность.

На рынке также наметились новые тенденции – **туристические организации** (гостиницы, турбазы, дома отдыха, горнолыжные курорты и др.) **осваивают здоровьесберегающие и оздоровительные технологии**, а классические санаторно-курортные учреждения пытаются разнообразить свои услуги предложениями туристического характера.

7. Что важно для путешествующих россиян?

Лояльность и возвратность

В 2024 году почти 80% респондентов выразили готовность вернуться в уже посещённые места, а 26% заинтересовались новыми возможностями в тех же регионах. **Более 90%** отметили, что посетили бы **новые объекты в соседних регионах**, например аквапарки или горнолыжные комплексы. В 2025 году данный тренд может стимулировать бизнес создавать дополнительные активности и сервисы для постоянных клиентов, развивать программы лояльности и локальный маркетинг.

Планирование и самостоятельность

В 2024 году самостоятельное планирование отдыха оставалось популярным: **73% использовали российские онлайн-сервисы, 48% полагались на рекомендации друзей**, и только 8% всегда обращались к туроператорам. Этот тренд подтверждает значимость цифровых решений и личных рекомендаций, что открывает перспективы для улучшения онлайн-платформ и создания более удобных пользовательских интерфейсов в 2025 году.

Фактор стоимости путешествий

Вопрос стоимости оставался ключевым в 2024 году. 90% респондентов обращали внимание на стоимость проживания и 91% – на транспортные расходы. Учитывая рост расходов на отдых, который отметили 74% туристов, в наступающем 2025 году **тренд на экономное планирование может усилиться**, что потребует от бизнеса более гибкого подхода к ценообразованию и создания доступных турпродуктов.

8. Персонализация, учёт потребностей разных групп путешественников

Прошлое – это унификация, настоящее – сегментация (например, молодёжь, путешественники серебряного возраста, семьи с детьми), а **будущее – за персонализацией туристических услуг**. Бизнес будет стремиться учесть максимальное количество потребностей конкретного клиента и автоматизировать такую персонализацию.

Семейные путешествия: новый стандарт комфорта и разнообразия

По данным исследования MTC Travel в 2024 году, 73% опрошенных из тех, кто берет детей в путешествия, ездят отдыхать в составе: оба родителя + дети. **Чаще всего с детьми путешествуют на автомобиле (54%), а больше всего россияне хотели бы улучшить сервис в отелях (53%).**

Одним из перспективных трендов может стать **создание инфраструктуры, ориентированной на потребности семей с детьми**. Отели будут чаще предлагать семейные номера с удобствами (кроватьки, стульчики, игровые зоны); специальные тарифы и включенные завтраки для детей, прокат семейных велосипедов. Наличие на территории безопасных бассейнов, игровых комнат, детской анимации и ресторанов с детским меню также будет играть роль при принятии решения о путешествии. **Семейные маршруты** с посещением интерактивных музеев, природных и исторических достопримечательностей, а также мастер-классы по ремеслам и кулинарии сделают отдых разнообразным и познавательным.

[Половина россиян берут детей в каждое путешествие](#)



Путешествующие с домашними питомцами

Все больше людей предпочитают путешествовать с домашними животными, однако инфраструктура для таких поездок остаётся недостаточно развитой. **Только треть российских отелей готовы принимать гостей с питомцами**, а спрос на такие номера продолжает расти, особенно среди молодёжи. По результатам исследования внутреннего туризма АСИ и Группы компаний Б1 в 2024 году 26% респондентов в возрастной категории от 18 до 24 лет были озабочены нехваткой номеров, где можно останавливаться с животными.

Потенциальным трендом станет **развитие инфраструктуры для коротких автомобильных поездок с домашними животными**. Отели и туристические объекты все чаще будут адаптироваться к потребностям таких путешественников, предлагая удобные условия размещения, включая специальные номера и услуги для четвероногих гостей.

[Определены города с самыми дружелюбными к домашним животным отелями](#)

[Россияне готовы доплачивать за размещение с домашними питомцами в отеле](#)

Фото: Саратовская область, село Сосновка, питомник хаски «ДогВинтер»



9. Событийный туризм, путешествия, направленные на получение культурных и гастрономических впечатлений

Россияне всё чаще выбирают путешествия, которые позволяют глубже узнать местную культуру и особенности. **Гастрономические туры, мастер-классы по ремёслам, фестивали и другие событийные мероприятия становятся важной частью туристических предложений.** Это усиливает региональную идентичность и привлекает туристов. Согласно исследованию MTC Travel, в 2024 году **событийный туризм стал важной частью туристических предпочтений для 60% россиян.** Значительное внимание привлекли музыкальные фестивали (28%), национальные праздники и фестивали (17%), а также художественные выставки (16%), фестивали кино и театра (15%) и гастрономические фестивали (13%).

Один из главных трендов уходящего года, по мнению путеводителя 50 Best Tastes of Russia – **поиск современного русского культурного кода.** Это также отражается в ресторанной сфере, где шеф-повара всё чаще обращаются к **традиционным рецептам региональной кухни,** используют местные продукты и следят за сезонностью. В небольших городах появляются интересные проекты, которые часто становятся точками притяжения для путешественников.

[Опрос MTC Travel: 60% путешественников в 2024 году практиковали событийный туризм](#)

[Главные тренды в индустрии гостеприимства 2024](#)

Фото: Калужская область, арт-парк Никола-Ленивец, фестиваль Архстояние

10. Взгляд бизнеса

Государственная поддержка – от осведомлённости турбизнеса к результату

В 2024 году **росла информированность бизнеса о мерах государственной поддержки**. Так, информированность о субсидиях увеличилась с 63% до 69%, о льготных кредитах – с 28% до 44% (по сравнению с 2023 годом). При этом исследование АСИ выявило **разрыв между осведомлённостью предпринимателей о мерах государственной поддержки и их практическим использованием**. Например, про налоговые каникулы слышали 17% респондентов, воспользовались ими на момент опроса – 4%. Про продление действия лицензий знали 9% респондентов; про аренду и покупку государственного и муниципального имущества в особом порядке – 5%; воспользовались этими мерами поддержки – 3% и 1% опрошенных соответственно. Необходим дальнейший анализ причин сложившейся ситуации, среди которых могут быть сложности в оформлении, непривлекательность условий или ограниченность доступных мер и др.

В 2025 году ожидается, что рост числа предпринимателей, готовых воспользоваться господдержкой, усилит конкуренцию, что может привести к появлению новых качественных предложений для туристов.

Оптимизм бизнеса

Туристический бизнес в 2024 году стал смотреть на будущее с **большим оптимизмом**: доля компаний, планирующих расширение, выросла с 31% до 52%, а число тех, кто сокращал расходы, уменьшилось с 10% до 3% (по сравнению с 2023 годом). Это говорит о позитивных настроениях в отрасли, которые, вероятно, сохранятся в 2025 году. Усиление внимания к качеству услуг и внедрение новых решений в ответ на потребности туристов создадут предпосылки для дальнейшего роста.



11. Точки роста

Цифровизация и экономика данных в туризме

Цифровые технологии могут стать ключевым фактором повышения конкурентоспособности российской индустрии гостеприимства.

Автоматизация процессов будет способствовать оптимизации работы гостиниц и туристических компаний, начиная с прогнозирования спроса и заканчивая персонализированным обслуживанием клиентов. **Предиктивная аналитика** может использоваться для повышения доходности и создания индивидуальных предложений на основе клиентских данных. **Персонализация туров**: анализ клиентских данных поможет создавать маршруты, максимально адаптированные под интересы и запросы туристов. Национальная цифровая инфраструктура в сфере туризма будет активно развиваться в ближайшие годы, формируя интегрированные платформы для планирования поездок, управления клиентским опытом и контроля качества туров.



12. Развитие въездного туризма

Россия будет стремиться укрепить свои позиции на мировом туристическом рынке. Ожидается, что страна значительно **расширит свои предложения для международных туристов**. Важным направлением станет фокус на 17 целевых рынках включая страны БРИКС, что позволит сосредоточить усилия на наиболее перспективных сегментах и адаптировать турпродукты под предпочтения иностранных гостей. Важными направлениями в развитии въездного туризма могут стать: дальнейшее развитие и популяризация единого бренда Discover Russia, упрощение процедуры получения виз, расширение электронных виз и безвизового въезда для отдельных категорий граждан или стран; упрощение финансовых вопросов через внедрение российской туристической карты, развитие инфраструктуры для приёма международных карт и мобильных платежей и т.д.

Формирование предложений с акцентом на культурные, гастрономические и природные аспекты может привлечь международных путешественников и усилить их интерес к разнообразию российских направлений. Событийный туризм также может стать одной из точек роста: проведение фестивалей, выставок и спортивных мероприятий создаст дополнительные стимулы для посещения страны. Персонализированные маршруты на международных платформах могут стать стандартом, позволяя учитывать интересы, культурные особенности и ожидания различных категорий иностранных туристов.

[Страны ЮВА станут приоритетными для привлечения туристов в РФ в 2025 году - Туризм || Интерфакс Россия](#)



13. Запрос на повышение качества турпродуктов и сервиса, профессионализацию туротрасли

Восторженность восприятия поездок по России сменилась требованиями к качеству сервиса и культуре гостеприимства. **Путешественники стали уделять больше внимания качеству окружающего сервиса**, что зачастую обостряет проблему разрыва между ожиданиями и уровнем предоставляемых услуг в регионах. Среди сдерживающих факторов развития туризма многие эксперты отмечают недостаточно квалифицированный персонал, отсутствие единых стандартов гостеприимства и ограниченность ресурсов для их внедрения.

Трендом 2025 года станет профессионализация туристической отрасли.

Реализация современных образовательных программ, развитие систем аккредитации и сертификации, внедрение единых стандартов обслуживания и активное обучение персонала позволят не только соответствовать ожиданиям взыскательных путешественников, но и значительно улучшить их туристический опыт.



14. Трансформация подготовки кадров в туризме

Несмотря на позитивные изменения, среди ключевых барьеров остаются дефицит квалифицированного персонала в сегменте HORECA. Подготовка квалифицированных кадров, отвечающих современным требованиям индустрии (включая гидов-переводчиков, экскурсоводов, инструкторов-проводников, специалистов по инклюзивному туризму и курортной медицине), станет одним из приоритетов. Ключевым элементом может стать создание учебных центров, сочетающих образовательные пространства, практико-ориентированные площадки и учебные гостиницы. **Эти инициативы предполагают появление новых форматов взаимодействия: интеграцию предпринимательских проектов, новых образовательных программ с акцентом на практическую подготовку.** Критерием эффективности подобных программ может стать доля выпускников, успешно трудоустроенных в отрасли по итогам.

15. Трансформация бизнеса: развитие сетевых моделей, корпоративные академии по обучению персонала, приход непрофильных компаний в гостиничную недвижимость

В новом году игрокам отрасли важно усиливаться – первостепенное значение имеют финансовая ликвидность и сильная команда управленцев. «Экономия на масштабе» от сетевых моделей позволит компаниям снижать затраты за счет централизованного управления и стандартизации процессов. Все это может привести к более конкурентным ценам, увеличению прибыльности и улучшению клиентского опыта.

Повышение квалификации сотрудников через корпоративные академии и внедрение единых стандартов качества становятся важными элементами конкурентоспособности.

Также примечателен рост инвестиций непрофильных компаний в гостиничную недвижимость.

Заключение


Тренды 2024 года показали укрепление внутреннего туризма, рост интереса к новым регионам, устойчивость туристического бизнеса и готовность адаптироваться к изменениям. В 2025 году эти тенденции могут стать основой для ещё более активного развития отрасли, в том числе через улучшение инфраструктуры, внедрение новых технологий и создание доступных туристических продуктов.

Постепенно идёт смена привычного «пассивного» способа отдыха на активный самостоятельный. Все больше людей хотят быть не просто туристами, а путешественниками. Человек не только потребляет туристическую услугу, но и принимает активное участие в ее создании и развитии (фотоотчёты, комментарии). Растёт спрос на путешествия-впечатления. **Люди стремятся приобрести опыт, который выходит за рамки обычного туризма и становится катализатором личностных изменений. Они также хотят больше понимать про жителей и места, по которым они путешествуют.** Это может быть обучение искусству и ремёслам, агротуризм, изучение культурного наследия или других культурных особенностей места пребывания включая гастротуризм.

Внутренний туризм на подъёме и цель турбизнеса – «утолить жажду путешествий» разных аудиторий. Поддержка государства создаёт благоприятные условия для дальнейшего улучшения туристической инфраструктуры и сервиса. Россияне все чаще выбирают путешествия по своей стране, и работа над тем, чтобы сделать эти путешествия ещё более привлекательными и доступными для всех, продолжается.

Библиотека: Внутренний туризм



<https://путешествуем.рф/mediabank/photobank> 

Фотобанк

Бесплатные изображения городов, туристических объектов и природы со всей...