ИИ-туризм.рф

ИИ в туризме стран БРИКС: состояние, проблемы и повестка сотрудничества

Аналитическая записка рабочей группы по ответственному применению ИИ в туризме при Комитете ТПП РФ по предпринимательству в сфере туризма

Ноябрь 2026 года. Подготовлена к докладу на сессии «Россия-БРИКС. Инвестиции в туризм» XII Московского международного финансово-экономического форума, 25 ноября 2026 года

Ключевые выводы

1. **Опережающий рост показывают двусторонние направления.** Мировой туризм в 2026 году растёт медленно: за I полугодие международные прибытия выросли на 0,4%. Взаимные поездки России и Китая за тот же период выросли в 1,5 раза.
2. **Туристы ведущих рынков БРИКС активнее других используют ИИ при подготовке поездок.** ИИ-чаты как источник идей для поездки используют 44% путешественников Китая, 42% Индии и 35% ОАЭ, в Великобритании, Франции и Италии 10–11%.
3. **ИИ-ассистенты стали каналом продаж.** Крупнейшие онлайн-платформы Китая, Индии и Латинской Америки сообщают о росте бронирований через своих ИИ-ассистентов.
4. **Ответ ИИ становится точкой выбора поездки.** На этапе бронирования ИИ чаще всего называет онлайн-агрегаторов. Сведения о туроператорах ИИ чаще берёт со сторонних площадок, чем с сайта самой компании*.
5. **Ошибки в ответах ИИ затрагивают безопасность туриста.** У 9 из 42 туроператоров в ответах ИИ указан реестровый номер, которого нет в едином федеральном реестре. По такому ответу турист не может удостовериться, что компания вправе продавать турпродукт*.
6. **Данные туристов не нужны для проверки компании.** Законы о персональных данных в странах БРИКС различаются, обмен данными туристов ограничен. Для проверки компании достаточно открытых сведений государственных реестров.
7. **Повестка рабочей группы:** обмен практикой, общие принципы достоверности сведений о компаниях в ответах ИИ, безопасность туриста, кадры. Начать предлагается с коридора Россия–Китай к председательству Китая в БРИКС в 2027 году.

Записка отражает позицию рабочей группы. Источники и даты приведены в конце. Названия компаний приведены как примеры, соглашений с ними на 25.11.2026 нет.

* Пилотное исследование. 42 туроператора, замер 9–10 ноября 2026 года. Предварительные результаты.

РАЗДЕЛ 1

1 Состояние рынка

5,4 трлн $

объём туристической отрасли стран БРИКС, оценка экспертов

Программа сессии[1]

4,8% → 8%

цель по средней доле туризма в экономиках стран БРИКС

Программа сессии[1]

×1,5

рост взаимных поездок России и Китая, I полугодие 2026 года к I полугодию 2025 года

Т. А. Голикова, 19.10.2026[3]

По оценке экспертов, приведённой в программе сессии «Россия-БРИКС. Инвестиции в туризм», туристическая отрасль стран БРИКС оценивается в 5,4 трлн долларов, её потенциал к 2035 году оценивается в 8–10 трлн долларов. Программа ставит задачу повысить среднюю долю туризма в экономиках стран объединения с нынешних 4,8% до не менее 8%[1].

Мировой фон сдержанный. По данным UN Tourism, международные прибытия в I полугодии 2026 года выросли на 0,4%, прогноз на год снижен до 1–2% против 3–4% в январском прогнозе. На Ближнем Востоке прибытия за полугодие сократились на 22%[2].

Опережающий рост показывают двусторонние направления. Взаимные поездки России и Китая в 2025 году превысили 3 млн, в I полугодии 2026 года выросли ещё в 1,5 раза[3]. Безвизовый режим между странами продлён до 31 декабря 2027 года[4].

Рамка сотрудничества

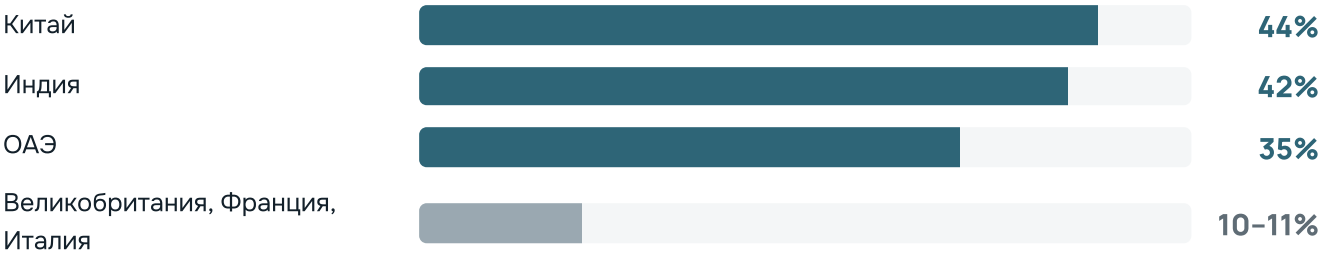
- Джайпурская декларация министров туризма БРИКС (21 августа 2026 года) называет четыре приоритета: ИИ и туризм; устойчивый и ответственный туризм; развитие навыков и кадрового потенциала; туристические обмены и содействие поездкам[5].
- Нью-Делийская декларация лидеров БРИКС (12 сентября 2026 года), пункт 129: применение ИИ и цифровых инструментов для более эффективных туристических систем[6].
- В 2027 году председательство в БРИКС переходит к Китаю[6].

> **Рост в объединении обеспечивают конкретные двусторонние коридоры. Практический вопрос для бизнеса: через какие каналы турист выбирает поездку и компанию.**

РАЗДЕЛ 2

2 Поведение туриста

Путешественники ведущих рынков БРИКС используют ИИ-чаты при подготовке поездок в 3–4 раза чаще, чем путешественники крупных европейских рынков.



Доля путешественников, которые используют ИИ-чаты как источник идей для поездки. Booking.com, Travel Trends 2026: онлайн-опрос 32 800 человек в 34 странах, январь 2026 года; публикация Statista[7].

Опрос измерял использование ИИ-чатов как источника идей, а не как канала покупки. Однако на этапе выбора идеи формируется круг направлений и компаний, которые турист будет рассматривать дальше.

В России, по исследованию «Островка» и «МегаФона» (март 2026 года), каждый третий путешественник так или иначе использовал ИИ при подготовке поездки; почти каждый десятый использует ИИ регулярно, ещё 13% время от времени[8].

> **Часть пути к покупке поездки переходит в диалог с ИИ. Турист получает ответ, собранный ИИ из доступных ему сведений.**

РАЗДЕЛ 3

3 Практика компаний

Крупнейшие онлайн-платформы стран БРИКС и Латинской Америки сообщают в отчётах и пресс-релизах о продажах через ИИ-ассистентов.

КОМПАНИЯ	ПОКАЗАТЕЛЬ	ЧТО ИЗМЕРЕНО	ИСТОЧНИК
Trip.com Group Китай, международная платформа	**+400%**	рост числа заказов через ИИ-ассистента за год, по данным компании «около 400%»; около 60% диалогов с ассистентом связаны с бронированием отелей, авиабилетов и достопримечательностей	Trip.com Group, 16.03.2026[9]
China Eastern Airlines в ИИ-ассистенте Alibaba	**в одном диалоге**	поиск, покупка билета, выбор места и регистрация на рейс в одном чате приложения; с апреля 2026 года	Alibaba Group, 23.04.2026[10]

КОМПАНИЯ	ПОКАЗАТЕЛЬ	ЧТО ИЗМЕРЕНО	ИСТОЧНИК
MakeMyTrip Индия	**×2,1**	больше бронирований у пользователей ИИ-ассистента из городов второго и третьего эшелона по сравнению с клиентами без ассистента; более 90 тыс. диалогов в день; июль–сентябрь 2026 года	MakeMyTrip, отчёт 6-K, 26.10.2026[11]
Despegar Латинская Америка	**3,7% → 7,7%**	доля продаж частным клиентам, оформленных через ИИ-ассистента: март и август 2026 года	Prosus, 23.09.2026[12]

Показатели взяты из сообщений и отчётов самих компаний. Сравнение пользователей ассистента с остальными клиентами показывает связь, а не доказанную причину. Названия приведены как примеры, соглашений на 25.11.2026 нет.

Общий признак этих примеров: путь туриста от вопроса до бронирования всё чаще проходит внутри одного диалога. Турист задаёт вопрос, ИИ формирует ответ из доступных ему сведений, и турист обращается к компании, названной в ответе.

> **Ответ ИИ-ассистента становится точкой выбора поездки. Если сведений о компании в ответе нет или они искажены, турист может обратиться к другой компании.**

РАЗДЕЛ 4

4 Проблемы

4.1. Видимость: кого называет ИИ

83%

ответов ИИ о путешествиях на этапе бронирования называют конкретную компанию; на этапе выбора идеи 42%

Realweb; Sostav, 12.08.2026[13]

76%

ссылок в ответах ИИ о туроператорах ведут не на сайт самой компании, а на сторонние площадки

Пилотное исследование ии-туризм.рф[14]

По исследованию Realweb (запросы о поездках по России, в Турцию, Египет и Таиланд), на этапе бронирования лидируют онлайн-агрегаторы с широким набором услуг, на этапе сравнения чаще встречаются туроператоры и площадки с отзывами. Для поездок по России ИИ чаще называет агрегаторов, в запросах о Турции, Египте и Таиланде чаще появляются туроператоры[13]. По пилотному исследованию ии-туризм.рф, сведения о туроператорах ИИ чаще берёт со сторонних площадок, чем с сайта самой компании[14].

Пилотное исследование. 42 туроператора, замер 9–10 ноября 2026 года. Предварительные результаты.

4.2. Достоверность и безопасность туриста

9 из 42 туроператоров, участников IV Международного конгресса туроператоров: в ответах ИИ указан реестровый номер, которого нет в едином федеральном реестре туроператоров

Пилотное исследование. 42 туроператора, замер 9–10 ноября 2026 года. Предварительные результаты.

Турист, в том числе иностранный, не может по такому ответу удостовериться, что компания включена в реестр и вправе продавать турпродукт. Ошибка в ответе ИИ становится риском для туриста и для добросовестной компании, сведения о которой искажены.

4.3. Данные: законы о персональных данных различаются

СТРАНА	ЗАКОН	ПЕРЕДАЧА ДАННЫХ ЗА РУБЕЖ И ХРАНЕНИЕ
Россия	152-ФЗ, ст. 18, ч. 5	первичная запись персональных данных граждан на территории России
Китай	PIPL, ст. 38–39	отдельное согласие и установленные процедуры при передаче за рубеж: оценка безопасности, типовой договор или сертификация
Индия	DPDP Act 2023, разд. 16	передача за рубеж допускается, кроме стран из перечня правительства
Бразилия	LGPD, ст. 33	передача по договорным инструментам или с согласия
ЮАР	POPIA, разд. 72	передача при адекватной защите или с согласия; закон распространяется и на сведения о юридических лицах

По открытым данным на ноябрь 2026 года[15]. Таблица отражает общий порядок и не является юридической консультацией.

Единая централизованная обработка данных туристов в странах БРИКС затруднена: она должна учитывать национальные правовые режимы десяти государств, пять из них приведены в таблице. Эти ограничения обоснованы. Для задачи, которую ставит рабочая группа, данные туристов не требуются: чтобы турист мог проверить компанию, достаточно открытых сведений государственных реестров о туристических компаниях.

> **Обмен персональными данными туристов между странами ограничен. Для проверки компании данные туриста не нужны: достаточно открытых сведений государственных реестров.**

РАЗДЕЛ 5

5 Россия и потребности бизнеса

Россия, как и Китай, располагает собственными большими языковыми моделями и массовыми ИИ-ассистентами. Спрос со стороны туристов есть: каждый третий путешественник так или иначе использовал ИИ при подготовке поездки[8]. В России действуют государственные реестры туроператоров, турагентов и классифицированных гостиниц: открытые сведения о компаниях, по которым можно сверять ответы ИИ.

По обобщению рабочей группы, туристическому бизнесу в работе с ИИ нужны четыре вещи:

01

Достоверные сведения о компании в ответах ИИ

Реестровый номер, юридическое лицо, официальный сайт и контакты в ответе совпадают с государственным реестром.

02

Понятные правила

Маркировка ИИ-контента, работа с данными туристов, раскрытие платного продвижения.

03

Измерение видимости

Понимание того, называет ли ИИ компанию и что именно сообщает о ней туристу.

04

Подготовка кадров

Обучение сотрудников туристических компаний работе с ИИ-инструментами.

> **Спрос на ИИ в туризме есть. Бизнесу нужны общие правила и достоверные данные, чтобы этот канал работал на него.**

РАЗДЕЛ 6

6 Повестка рабочей группы для стран БРИКС

01 **Обмен практикой.** В Китае с 1 сентября 2025 года действует обязательная маркировка контента, созданного ИИ (меры Администрации киберпространства и национальный стандарт GB 45438-2025)[16]; в 2026 году принят добровольный групповой стандарт достоверной информации для генеративного поиска T/CAPT 026-2026[17]. В России сложилась отраслевая практика сверки сведений о туроператорах с единым федеральным реестром. Предлагается обмен такой практикой между отраслевыми объединениями.

02 **Общие принципы достоверности.** Единые требования к сведениям о туристических компаниях в ответах ИИ: у каждого факта источник и дата; факты отделены от рекламы; контент, созданный ИИ, маркируется.

03 **Безопасность туриста.** Возможность проверить туристическую компанию по национальному реестру до оплаты поездки, в том числе для иностранного туриста.

04 **Кадры.** Обучение туристического бизнеса работе с ИИ; развитие навыков и кадрового потенциала входит в приоритеты Джайпурской декларации[5].

Инициатива рабочей группы «Туристические продукты БРИКС в ИИ-сервисах» передана в российскую часть Делового совета БРИКС (документ «Инициативы и барьеры сотрудничества БРИКС. Туризм и гостеприимство», 10 ноября 2026 года)[18]. Бюджетное финансирование инициатива не запрашивает.

РАЗДЕЛ 7

7 Общие точки роста

КОРИДОРЫ

Россия–Китай как первый коридор

Рост взаимных поездок в 1,5 раза в I полугодии 2026 года. Пилот обмена сведениями о туристических компаниях двух стран.

РЕГИОНЫ И МАЛЫЙ БИЗНЕС

Регионы в ответах ИИ

Сведения о гостиницах, маршрутах и местных компаниях должны быть доступны иностранному туристу на его языке.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

Календарь событий городов БРИКС

Единый формат сведений о событиях: организатор, дата, источник.

ОБРАЗОВАНИЕ

Обмен образовательными программами

Программы по применению ИИ в туризме для бизнеса и вузов стран БРИКС.

Точки роста отвечают ключевым вопросам сессии: общие цифровые сервисы для путешественников, развитие регионов и малого бизнеса, синхронизация событийных календарей, обмен образовательными программами[1].

РАЗДЕЛ 8

8 Инструменты

01 **Рабочая группа** при Комитете ТПП РФ по предпринимательству в сфере туризма: площадка для обсуждения и подготовки предложений бизнеса.

02 **ии-туризм.рф**, открытый отраслевой проект: сведения из государственных реестров с датой сверки. На 23 ноября 2026 года 95 671 запись реестров туроператоров, турагентов и гостиниц, 89 регионов в индексе[19]. Регистрация компаний и регионов бесплатная. В перспективе международный раздел со сведениями национальных реестров стран БРИКС. Оператор: ООО «ИИМПАКТ ПЛЮС».

03 **Замер видимости** компаний в ответах ИИ: что ИИ сообщает туристу о компании и совпадает ли это с реестром.

04 **ИИ-гид для туриста:** отвечает по государственным реестрам с указанием источника каждого ответа; работает демо-версия.

Паспорт турпродукта, единый формат описания турпродукта из инициативы рабочей группы, рассматривается как следующий этап: компании заполняют его по желанию.

РАЗДЕЛ 9

9 Предложение рабочей группы

Рабочая группа предлагает начать с коридора Россия–Китай.

01 **Национальным частям Делового совета БРИКС:** назвать отраслевые объединения для обмена практикой.

02 **I квартал 2027 года:** провести установочную встречу отраслевых объединений России и Китая.

03 **Далее:** пилот коридора Россия–Китай, общие рекомендации и меморандум объединений к председательству Китая в БРИКС.

> **Участие компаний и регионов бесплатное, бюджетное финансирование не запрашивается.**

Рабочая группа по ответственному применению ИИ в туризме при Комитете ТПП РФ по предпринимательству в сфере туризма.
Материалы доклада и контакты: tpp.ai-tourism.ru. Почта: support@ai-tourism.ru, тема «БРИКС».

Источники

1. Программа сессии «Россия-БРИКС. Инвестиции в туризм: драйверы роста и устойчивого развития», ТПП-ФБА, XII Московский международный финансово-экономический форум (проект программы), ноябрь 2026 года.
2. UN Tourism. International tourism holds steady with 0.4% growth in first half of 2026. 17.09.2026; World Tourism Barometer, vol. 24, issue 3, сентябрь 2026 года. untourism.int
3. «Объясняем.рф». Взаимный турпоток с Китаем после введения безвиза в прошлом году превысил 3 млн поездок (Т. А. Голикова, заседание Российско-Китайской комиссии по гуманитарному сотрудничеству). 19.10.2026.
4. TourDom. Россия и Китай продлили безвизовый режим до 31 декабря 2027 года. 26.08.2026.
5. All India Radio. BRICS Tourism Ministers adopt Jaipur Declaration to strengthen tourism cooperation. 22.08.2026. newsonair.gov.in
6. BRICS New Delhi Declaration: Building for Resilience, Innovation, Cooperation and Sustainability. 12.09.2026, п. 129; председательство Китая в 2027 году. mea.gov.in
7. Booking.com. Travel Trends 2026: онлайн-опрос, январь 2026 года, 32 800 человек, 34 страны; публикация Statista «From Prompt to Plan: AI in Travel». statista.com
8. Исследование «Островка» и «МегаФона», март 2026 года: «Известия», 17.03.2026; 360.ru, 17.03.2026.
9. Trip.com Group. Three Years of TripGenie. Пресс-релиз, PR Newswire, 16.03.2026.
10. Alibaba Group. Сообщение о покупке билетов China Eastern Airlines в ИИ-ассистенте. 23.04.2026. alibabagroup.com
11. MakeMyTrip Limited. Form 6-K, Exhibit 99.1, результаты за квартал по 30.09.2026. 26.10.2026. sec.gov
12. Prosus. Despegar: connecting every journey, seamlessly. Презентация для инвесторов, 23.09.2026, с. 15. prosus.com
13. Realweb. Market Shake-Up: рынок путешествий и туризма; публикация Sostav, 12.08.2026.

14. ии-туризм.рф. Пилотное исследование. 42 туроператора, замер 9–10 ноября 2026 года. Предварительные результаты.

15. Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных»; Personal Information Protection Law КНР; Digital Personal Data Protection Act 2023 (Индия); Lei Geral de Proteção de Dados (Бразилия); Protection of Personal Information Act (ЮАР). По открытым данным на ноябрь 2026 года.

16. Measures for Labeling AI-Generated Synthetic Content (Администрация киберпространства КНР и другие ведомства) и национальный стандарт GB 45438-2025; действуют с 01.09.2025.

17. Групповой стандарт T/CAPT 026-2026 о достоверной информации для генеративного поиска; Синьхуа, 12.08.2026. news.cn

18. Инициативы и барьеры сотрудничества БРИКС. Туризм и гостеприимство. Российская часть Делового совета БРИКС, 10.11.2026; раздел «Туристические продукты БРИКС в ИИ-сервисах».

19. ии-туризм.рф, раздел «Бизнес»: сведения на 23.11.2026, открыто 24.11.2026.