

**З.Г. МИРЗЕХАНОВА**Институт водных и экологических проблем ДВО РАН,  
680000, Хабаровск, ул. Дикопольцева, 56, Россия, lorp@ivep.as.khb.ru**МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ТУРИЗМЕ — СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ОСНОВА  
ОЗДОРОВЛЕНИЯ ОТРАСЛИ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ**

*Кратко обозначены последствия кризиса, вызванного пандемией коронавируса (COVID-19), для туризма, а также рассмотрены действия государства, направленные на возрождение этого сегмента экономики. Показано, что современный кризис — самый мощный за всю историю отрасли. В то же время кризисы открывают дополнительные возможности в ее функционировании, используются инновационные решения, чтобы соответствовать требованиям потребителей. Выделены основные тренды посткризисных мер в нашей стране. В России стратегическая основа оздоровления сферы отдыха — это активизация внутреннего туризма, в связи с чем особую значимость приобретают региональные стратегии его развития. Данное направление задекларировано в отраслевой программе и Программе развития Дальнего Востока до 2035 г., подкреплено мерами и целевыми установками на создание в каждом дальневосточном субъекте собственного туристического кластера. Показано, что для региона в социально-экономической программе впервые выделена подпрограмма «Туризм». Обозначены предпосылки ее реализации, представлены центры активизации туристической деятельности. Учитывая географическое положение и размеры дальневосточного региона, в формировании кластерной политики подчеркивается значимость развития здесь межрегиональных связей, которые в настоящее время представлены слабо. Даже условия территорий опережающего развития, отличающихся особым режимом ведения бизнеса, не используются в их налаживании. Предложена модель федеральной туристической межрегиональной схемы территориально-пространственного планирования, которая ориентирована на создание комплексного туристического плана развития. Отмечены предпосылки, структура, содержание и условия ее формирования. Выполнение обозначенных в схеме задач ориентировано на объединение общих усилий всех игроков рынка с целью формирования туристического региона как целостной конкурентоспособной единицы.*

**Ключевые слова:** кризис, перспективы развития, туристический кластер, центры активизации туристической деятельности, модель межрегиональной туристической схемы.

**Z.G. MIRZEKHANOVA**Institute for Water and Environmental Problems, Far Eastern Branch, Russian Academy of Sciences,  
680000, Khabarovsk, ul. Dikopoltseva, 56, Russia, lorp@ivep.as.khb.ru**INTERREGIONAL INTERACTION IN TOURISM — A STRATEGIC FRAMEWORK  
FOR THE ECONOMIC RECOVERY OF THE SECTOR IN THE FAR EAST**

*The consequences of the crisis caused by the coronavirus pandemic (COVID-19) for tourism and the state's attention to the revival of this segment of the economy are briefly outlined. It is shown that the current crisis is the strongest in the entire history of the industry, while crises open up additional opportunities in its functioning, and innovative solutions are used to meet the requirements of consumers. The main trends of post-crisis measures in our country are highlighted. In Russia, the strategic basis for improving the recreation sector is the strengthening of domestic tourism; in this regard, regional strategies for its development are of particular importance. This direction is declared in the industry program and in the Development Program of the Far East into 2035, supported by measures and targets for the creation of its own tourism cluster in each Far Eastern region. It is shown that for the first time in the socio-economic program the Tourism subprogram is allocated for the region. The prerequisites for its implementation are outlined, and the centers of tourist activity revitalization are presented. Taking into consideration the geographical location and size of the region, the formation of cluster policy emphasizes the importance of developing interregional relations, which are currently poorly represented. Even the conditions of the territories of advanced development, which are distinguished by a special mode of doing business, are not used in their establishment. The model of the federal tourist interregional scheme of territorial and spatial planning, with a focus on the creation of a comprehensive tourist development plan, is proposed. The prerequisites, structure, content and conditions of its formation are pointed out. The implementation of the tasks outlined in the scheme is focused on combining the common efforts of all market players in order to form a tourist region as an integral competitive unit.*

**Keywords:** crisis, development prospects, tourism cluster, tourist activity revitalization centers, model of an interregional tourism scheme.

## ВВЕДЕНИЕ

Туристическая отрасль одной из первых столкнулась с кризисом и пострадала из-за пандемии коронавируса наиболее остро. Число международных туристических поездок по всему миру накануне пандемии составляло 1,5 млрд [1]. Совокупный вклад этой отрасли в мировой ВВП достиг в 2019 г. 10,3 % (с учетом косвенных эффектов; прямой вклад без учета таких эффектов — 3,2 %). В этой сфере в 2019 г. трудились около 330 млн работников, или 10,4 % всех занятых [2].

По оценкам Всемирной туристической организации (UNWTO) [1], мировой туризм оказался отброшен на 30 лет назад, к уровню 1990 г., с уменьшением числа прибытий на 1 млрд и потерей примерно 1,1 трлн долл. США. Потери для туризма в России, по оценкам Ростуризма, оцениваются в 1,5 трлн руб. [3].

Эксперты прогнозируют: к доковидным показателям туризм вернется в лучшем случае через 2,5 года, в худшем — через 4 [4]. Такой спад для отрасли, демонстрировавшей в последние десятилетия уверенный рост, которую заслуженно признавали феноменом XX века, считая XIX в. веком туризма, оказался самым сильным за всю историю [5]. Этот спад несравним с падением показателей в кризисные периоды 2007–2008 гг. и 2014 г. Он более масштабный и глубокий; между тем, он рано или поздно закончится, и туристическая отрасль начнет восстанавливаться. Многие страны разрабатывают собственные механизмы стратегического урегулирования на рынке туристических услуг. В России, в отличие от предшествующих стратегий выхода из кризисной обстановки, большие надежды возлагаются на внутренний туризм. Он признается своеобразным драйвером оздоровления этого сегмента экономики. Учитывая пространственные параметры страны, особенности регионального развития, специфику ресурсного потенциала сферы отдыха, региональные варианты оздоровления ситуации будут иметь место, расширяя теорию и практику формирования рынка туристических услуг, и на них следует обратить внимание.

Дальний Восток России, как и другие регионы страны, стоит перед необходимостью формирования собственной стратегии. При этом необходимо признать значимое для развития внутреннего туризма условие: здесь межрегиональные туристические связи намного слабее, чем в европейской части страны. Актуальность проблемы состоит в поиске вариантов их налаживания с целью более активного использования, в том числе и местным населением, а также возможностей разнообразного и комфортного отдыха.

## ОБЪЕКТЫ И МЕТОДЫ

Информационной базой для наших исследований послужили материалы официальных интернет-порталов Всемирной туристической организации (UNWTO) [1], Российского союза туриндустрии (РСТ) [3], Федерального агентства по туризму (Ростуризма) [4], предоставленные в открытом доступе. Методологической основой исследования послужили теоретические и научно-практические положения рекреационной географии, в частности представления о территориальных рекреационных системах и их иерархических свойствах, рекреационных особенностях природной среды, принципах кластерной политики в туризме и др. Используемый базовый метод — системный анализ, позволяющий структурировать в иерархическом отношении изучаемые объекты и связи между ними. Его достоинством в настоящей работе является возможность создания наглядной формализованной модели, нацеленной на решение конкретной практической проблемы. В работе также применялись методы экспертных оценок и абстрагирования, статистического и библиометрического анализа, обобщения и систематизации.

В качестве объекта исследования обозначен поиск путей оздоровления и эффективного развития туристической отрасли, а его предметная сторона — межрегиональное взаимодействие в туризме. Анализ проведен на примере территории Дальневосточного федерального округа (ДФО), учитывая ее географическое положение, размеры, особенности освоенности и природно-ресурсного потенциала для развития туризма. Географические предпосылки региона определяют уникальность разработки как тактических отраслевых, так и стратегических мер, вписывающихся в общие планы развития территории.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Накопленный огромный отложенный спрос активизирует деятельность на туристическом рынке, что наблюдалось и в периоды предыдущих кризисов. Сегодня внутренний рынок в приоритете, и именно здесь следует ожидать наиболее значимых и прорывных решений по выходу из кризиса. «Как

показывает мировой опыт, кризисы не только неизбежны, но и, в определенном смысле, необходимы, поскольку они связаны не только с негативными явлениями и процессами — кризисы почти всегда открывают дополнительные возможности для дальнейшего роста и развития» [5, с. 52]. Анализ последствий предшествующих кризисов (2008–2009 гг., 2014 г.) свидетельствует о том, что инновационные решения в области туризма появляются быстрее, чем в других сферах экономики, чтобы соответствовать изменившимся ожиданиям и поведению пользователей [5–12]. Оценка последствий современного кризиса для туризма, систематизация возникших проблем и возможностей их решения детально представлены в работе И.В. Логунцовой [5]. В ней рассматриваются новые возможности и вызовы этого серьезного испытания для всего туристского рынка. Особое внимание уделено таким мерам, как ускорение процессов цифровизации туристических сервисов, более активное внедрение современных технологий (например, больших данных, искусственного интеллекта, смешанной и дополненной реальности и т. п.), использование идей экономики впечатлений, актуализация индивидуального подхода к клиенту. Не оставлены без внимания экологический аспект туристического продукта, расширение географии маршрутов, безопасность путешествий (включая санитарно-эпидемиологическую обстановку места пребывания) и др. В статье также рассматриваются конкретные меры государственной поддержки, оказанные субъектам туристического бизнеса в нашей стране.

Каждый кризис, в том числе и современный, вносит собственные коррективы в перспективы развития туристической отрасли. В России они проявляются в двух основных трендах.

Во-первых, последствия современного кризиса под пристальным вниманием со стороны государства — принимается комплекс мер для смягчения ситуации в стране и регионах. Понимая важную роль туризма для социально-экономического развития страны, а также предшествующий опыт выхода из кризисов, развитие внутреннего туризма признано приоритетным, а курс на его активизацию повысил значимость этого направления для всей отрасли в целом. По отношению к предыдущим кризисам это определяющее стратегическое отличие в оздоровлении ситуации, и оно основывается на реальных данных. Согласно исследованию Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», объем рынка внутреннего туризма после пандемии может составить от 1 до 1,5 трлн руб., в поездках по стране в ближайшие годы заинтересованы 41,6 млн чел. [13]. Между тем в 2021 г. число граждан, путешествующих в пределах России, достигло уже 56 млн чел. [14]. Данные цифры свидетельствуют о том, что прогнозные оценки (27,5 млн чел. в 2021 г.) оказались заниженными, а внутренний турпоток в нашей стране восстановился на 90 % по отношению к показателям докризисного 2019 г. [13, 14]. Тенденция к росту числа потребителей на внутреннем рынке туристических услуг, безусловно, отразится на конкуренции в сфере отдыха за каждого отдыхающего. В связи с этим можно ожидать корректировки посткризисных стратегий для субъектов туристического рынка.

Второе, не менее значимое, отличие в стратегических планах — это уточнение задач в ранее принятых отраслевых программах развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г. [15], исходя из обозначенного ориентира на внутренний туризм. В этом контексте российский Дальний Восток (РДВ) определен одним из приоритетов национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

**Современная ситуация по выходу из кризиса сферы отдыха в регионе.** Для регионов РДВ активизация туристической деятельности не только предусмотрена в отраслевых мерах, но и гармонично вписана в общие планы развития территории. В рамках утвержденной Правительством Национальной программы развития Дальнего Востока до 2035 г. впервые для этой территории выделена подпрограмма «Туризм» [16]. Она, согласно стратегии развития национального туризма, предусматривает решение широкого комплекса задач, направленных на развитие отрасли. Для этого существуют объективные предпосылки, ранее не используемые в должной мере:

1. Возможность деятельности в условиях режима территорий опережающего развития, отличающихся особыми предпочтениями при ведении бизнеса.

2. Активизация в использовании обширных рынков сбыта туристического продукта в страны Северо-Восточной Азии после снятия ограничений. В этом контексте особое значение, исходя из специфики географического положения региона, придается строительству и обустройству морских, железнодорожных, автомобильных, воздушных пунктов пропуска через государственную границу. В их зоне предусмотрены площадки для создания туристических объектов, своеобразных «визитных карточек» реализуемых продуктов рекреации региона.

3. Позиционирование неосвоенных пространств с сохранившимися природными комплексами. Поляризованность освоения территории служит причиной того, что в пределах различных субъектов освоенные площади составляют от 10 до 40 %. С точки зрения туризма сохранность природных ком-

плексов на обширных пространствах открывает широкие перспективы развития природно-ориентированных видов рекреационной деятельности. Спрос на них и до пандемии увеличивался ежегодно, а в настоящее время становится особенно востребованным после режима изоляции.

Обратная сторона этого фактора сформулирована самими потребителями туристических услуг: «до объектов добираться долго, утомительно и дорого. Нет никакой инфраструктуры: едешь пять часов по грунтовой дороге, еще два идешь пешком до цели, час смотришь и уезжаешь. Нужны туркластеры, чтобы не отправляться в долгую дорогу ради одного объекта, а увидеть сразу несколько и еще отдохнуть на месте» [17].

4. Возможность использования разнообразного ресурсного потенциала в различных сегментах туристической деятельности. основополагающее конкурентное преимущество территории РДВ — это наличие уникальных рекреационных ресурсов, обеспечивающих создание туристических продуктов, привлекательных для российских и иностранных туристов [18]. Этот факт отмечен и разработчиками программы [16]. Именно ресурсно-рекреационный потенциал территории представляет собой основу формирования ее кластера [19]. Географические предпосылки региона определяют уникальность этого образования. «Образ одноименного кластера в одном регионе будет отличаться от образа кластера в другом регионе» [20, с. 204]. Это и обеспечивает кластеру конкурентное преимущество, копирование которого затруднительно.

Каждый из 11 регионов ДФО должен обзавестись своим собственным туристическим кластером [16]. Выполнение этой задачи, поставленной в программе развития туризма в регионе, опирается на конкретные мероприятия. Особое значение отведено точкам роста рекреационного направления экономического развития (см. таблицу).

Помимо обозначенных в таблице проектов, начиная с 2022 г. предусмотрено софинансирование строительства (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры, входящих в состав инвестиционных проектов по созданию туристических кластеров «Амур-Хабаровск», «Приморье», «Комсомольский». Выделенные в Программе кластеры должны послужить центрами активизации туристического развития на других территориях.

Напомним, что цель создания туристического кластера состоит в повышении конкурентоспособности территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в том числе повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер, стимулирования инноваций, развития новых направлений. Создание туристического кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона [19, 20].

Кластерная политика в туризме — хорошо исследованное в теории и слабо реализуемое на практике направление. В пределах большей части субъектов ДФО созданы туристические продукты, представляющие основу сформированных и формирующихся кластеров. Но это лишь малая толика от имеющихся возможностей. Даже в условиях территорий опережающего развития, отличающихся

#### Основные туристические проекты, запланированные в программе развития Дальнего Востока до 2035 г.

Название туристического проекта (по [15])	Субъект ДФО	Планируемый год ввода в эксплуатацию
Туристический кластер «На Великом Чайном пути»	Республика Бурятия	2022
Многофункциональный круглогодичный курорт «Мамай» в Кабанском районе	Республика Бурятия	2030
Курорт «Горячинск» в Прибайкальском районе	Республика Бурятия	2025
Турпродукт на оз. Гусиное в Селенгинском районе	Республика Бурятия	2026
Турпродукт в местности Верхняя Берёзовка	Республика Бурятия	2026
Горнолыжный комплекс в пос. Селенгинск	Республика Бурятия	2024
Горнолыжный комплекс в Тункинском районе	Республика Бурятия	2025
Туристический кластер «Лена», Национальный Парк «Ленские столбы»	Республика Саха (Якутия)	2024
Туристический кластер «Полюс холода», с. Оймякон	Республика Саха (Якутия)	2026
Медицинско-туристско-рекреационный комплекс «Дарасун»	Забайкальский край	2025
Туристический кластер «Восточный» (субкластер «Трансграничный»)	Амурская область	2024
Рекреационно-оздоровительный комплекс «Талая»	Магаданская область	2021
Туристический комплекс на о. Завьялова	Магаданская область	2024
Развитие спортивно-туристического комплекса «Горный воздух»	Сахалинская область	2022

особым режимом ведения бизнеса, доля образованных и действующих предприятий рекреационной направленности составляет лишь 2 из 12 %, заявленных в перспективных планах [21].

К сожалению, разнообразие форм и направлений создания туристических кластеров регион также не выделяется. Признавая лидерство в достигнутых успехах по реализации рекреационных проектов за Камчатским краем (45 %), Сахалинской областью (28), Приморским краем (14), Хабаровским краем (10 %), следует заметить, что наибольшим приоритетом пользуются зимние виды отдыха. Доля осуществляемой рекреационной деятельности в других субъектах незначительна, невзирая на повсеместно имеющийся для этого потенциал [21].

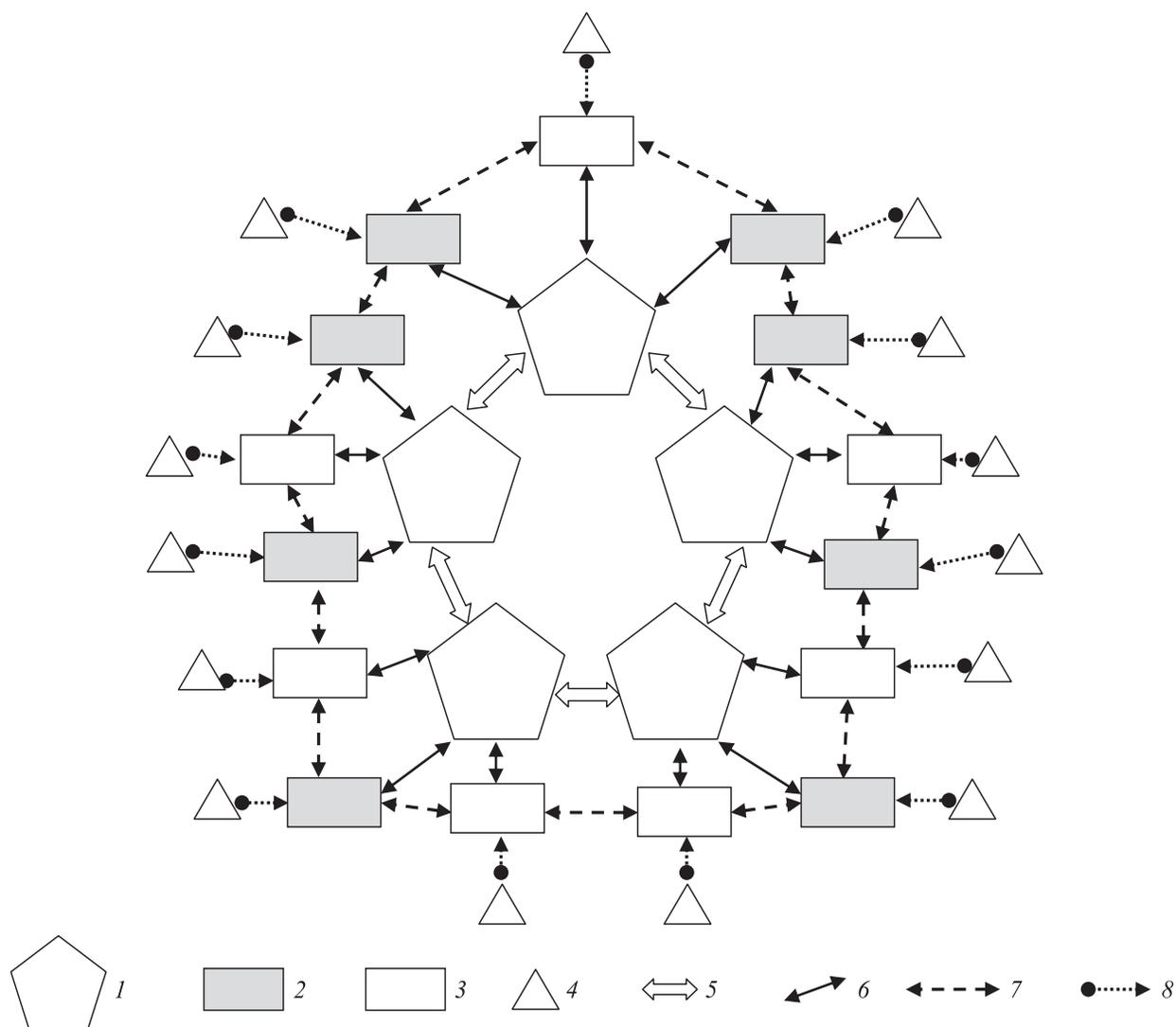
**Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования.** Учитывая географическое положение территории ДФО, его размеры (41 % общей площади территории Российской Федерации) и ресурсный потенциал для развития туризма, имеющиеся объективные и субъективные проблемы функционирования отрасли [18], стратегической основой ее возрождения может служить внутренний не столько местный, сколько межрегиональный туризм. В настоящее время он рассматривается как локальное, стихийное и сезонное явление (как правило, это нерегулируемый отдых на Японском море). Жители Дальнего Востока не являются массовыми потребителями предлагаемых туристических услуг даже в соседних регионах, предпочитая, при наличии средств, проводить отпуск за рубежом или в европейской части страны. Изменить ситуацию возможно при усовершенствовании межрегиональных транспортных связей и формировании новых туристических кластеров, функционирование которых ориентировано, в том числе, на потребителей из соседних регионов. В данном ключе большие надежды правительство возлагает на федеральную туристическую межрегиональную схему (ФТМС) территориально-пространственного планирования на территории базовых федеральных центров туристского притяжения с целью создания комплексного туристического плана регионального развития в ДФО [16].

Для РДВ такой проект создается и будет реализовываться впервые. Каким он должна быть? Что следует ожидать от его применения?

В структурном отношении схема будет системообразующим образованием (см. рисунок). В ней должны быть обозначены ядра или важнейшие центры притяжения туристического интереса. Они представлены кластерами, которые могут быть как самостоятельными проектами, так и составляющими элементами объединяющего туристического проекта (например, «Восточное кольцо России» или мегасюжетные кластеры — «Этнографические узоры Востока России»). Обязательное условие формирования и функционирования таких кластеров — это необходимость транспортной и инфраструктурной обеспеченности, которая должна быть особенно устойчивой (учитывая транспортную изолированность) и доступной. В настоящее время транспортные издержки внутрирегионального продукта составляют от 40 до 70 %.

В функциональном отношении схема, отражая стратегию развития туризма в ДФО в целом, предусматривает: связь региональных проектов с федеральными; интеграцию новых проектов в существующие; связь и координацию действующих проектов между собой; возможность оперативной смены элементов регионального и национального проекта в случае форс-мажорных обстоятельств (см. рисунок). В качестве примера можно привести формирование национального кластерного направления «Амур». В его рамках будут созданы три региональных кластера: «Амур-Хабаровск», ориентированный на круизный, яхтенный и трансграничный туризм по реке; «Комсомольский», реализующийся согласно плану долгосрочного развития Комсомольска-на-Амуре; автодорожный кластер «Северный Сихотэ-Алинь». Все проекты существуют как независимо друг от друга с вариациями разнообразного наполнения туристического продукта (кластеров местного ранга), так и могут представлять собой составные звенья продукта регионального и межрегионального уровней.

Связь действующих и новых проектов имеет возможность выражения через идентичность (например, сюжетность или событийность), а также контрастность предлагаемых туристических продуктов (например, торговый приграничный туризм в сочетании со спортивно-приключенческим). Выбор ориентации связи позволит разыгрывать варианты использования тех или иных проектов в необходимых целевых установках. Особое значение в данном аспекте должно быть уделено продуктам, ориентированным на краткосрочные отпуска и туры выходного дня, которые в настоящее время слабо представлены на региональном рынке туристических услуг. Условием эффективного взаимодействия проектов и реализации поставленных задач служит обеспеченность устойчивой транспортной инфраструктурой и доступность ее использования. В качестве реальных механизмов достижения целей межрегиональных контактов — развитие межрегионального авиационного сообщения, реконструкция 40 аэропортов.



Структура федеральной туристической межрегиональной схемы.

1 — федеральные центры туристического притяжения: туристические кластеры национального и межрегионального уровня; 2 — сформированные туристические кластеры регионального уровня; 3 — потенциальные туристические кластеры регионального уровня; 4 — туристические ресурсы, обеспечивающие функционирование кластеров; 5 — взаимодействие национальных туристических кластеров на основе устойчивых транспортно-инфраструктурных связей; 6 — взаимодействие национальных и региональных туристических кластеров на основе устойчивых транспортно-инфраструктурных связей; 7 — взаимодействие региональных туристических кластеров на основе устойчивых транспортно-инфраструктурных связей; 8 — ресурсообеспеченность кластеров.

В территориально-отраслевом отношении ФТМС послужит импульсом создания новых туристско-рекреационных кластеров в регионах, которые не являются традиционными туристическими центрами. Наиболее активны в этом отношении Якутия, Амурская область и Республика Бурятия [17]. Системная основа схемы обеспечит состыковку разрозненных действующих и вхождение новых кластеров в единый продукт.

В отношении удовлетворения требований по такой категории, как «запланированные впечатления», проекты, входящие в ФТМС, должны быть интересны не только для потребителей соседних стран и других регионов страны, ожидающих от путешествия знакомства с дальневосточной экзотикой, но и для жителей РДВ. Для них мотивацией поездки могут стать сюжетность, неординарность, доступность проекта, что требует инновационных и креативных решений. Впечатления становятся ликвидным продуктом, и рынок чутко реагирует на любые нововведения со стороны разработчиков. Успешный опыт уже принес результаты. Например, в Приморье после снижения потока иностранных

гостей изменили приоритеты в сторону привлечения молодых туристов из соседних регионов Дальнего Востока, где условия для летнего отдыха хуже. Еще один проект, которым могут заинтересоваться молодые люди, получил название «Море любви», его задача — позиционировать Владивосток как место романтического отдыха [17].

В отношении организационно-управленческих решений особое значение придается инновациям и цифровизации, представляющим собой важнейшие условиями эффективности функционирования территориально-отраслевого туристического планирования на основе новой формы коммуникационного взаимодействия между покупателями и продавцами услуг. Цифровизация, согласно проведенным исследованиям, уже проникает во все этапы бизнеса от технологических до маркетинговых процессов, учитывает опыт зарубежных стран [22]. Основная ее задача — упростить доступ к услугам, сократить время на поиск продукции по интересующим параметрам, получить/предоставить услуги консультационного характера, физически не присутствуя в сервисной организации, минимизировать издержки на пользование услугами.

Установлено, что большинство европейских туристов и около половины туристов в мировых масштабах в настоящее время предпочитают пользоваться достижениями цифровизации рекреационной сферы при планировании своего отдыха [23]. Как показывает мировой опыт, благодаря использованию цифровых технологий появляются новые, ранее недоступные направления для путешествий, а многие традиционные туристические направления переживают свое второе рождение [24].

В отношении отраслевого взаимодействия ФТМС при здоровой конкуренции между предприятиями ориентирована на объединение общих усилий всех игроков рынка с целью формирования туристического региона как целостной конкурентоспособной единицы благодаря использованию туристических продуктов, объединенных в единую систему.

Таким образом, при условии четкого понимания условий и тенденций развития отрасли создание комплексного туристического плана на основе ФТМС в ДФО обеспечит выбор и обоснование здесь продуманного направления функционирования туризма. Выполнение в его рамках задач послужит основой для выхода из кризиса и, несомненно, будет иметь положительный результат не только для туристической деятельности региона, но и туризма страны в целом.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм в кризисных ситуациях представляет собой достаточно уязвимый вид экономической деятельности. Он быстро реагирует на происходящие изменения и так же быстро восстанавливается. Опыт выхода из предшествующих кризисов свидетельствует о том, что отложенный на некоторое время спрос на услуги отдыха предопределяет активную динамику развития этого сегмента экономики. Период восстановления зависит от мер, предпринимаемых всеми участниками рынка туристических услуг. Сегодня эти меры — основа преобразования отрасли после ограничений, связанных с пандемией.

Следует отметить, что современная ситуация полностью изменила туристический рынок, особенно международный. Международный туризм оказался неподготовленным к такой ситуации. Многие страны, осознавая ситуацию, составляют стратегические планы действий и способы поддержки, отдавая приоритеты некоторым туристическим продуктам, исходя из внутреннего спроса, раскрытия потенциала для потребителей из собственных стран. Китай, например, для своих соотечественников активизирует меры для развития спортивного, природного, оздоровительного, виртуального, образовательного, сельского туризма [25]. Во многих странах Юго-Восточной Азии приоритетным видом отдыха становится религиозный туризм [26, 27]. Городской туризм во всех странах мира получил наибольший импульс развития [28]. В целом, обсуждая перспективы развития туризма, аналитики исходят из структурных преобразований на рынке туристических услуг, переориентации туристических потоков, спроса со стороны населения собственных стран.

В России ожидания связаны с внутренним туризмом, созданная для него инфраструктура послужит в перспективе базой и для въездного. Для регионов ДФО, слабо освоенных, выделяющихся огромными пространственными параметрами и разнообразием ресурсных возможностей, ориентация в формируемых туристических кластерах, предусмотренных программой развития этой территории, должна быть, в том числе, и на межрегиональные связи. Их эффективность в развитии туристической деятельности в значительной мере будет определяться выполнением задач, обозначенных в ФТМС.

Разработка региональных стратегий внутреннего туризма, несомненно, обогатит теоретический и практический опыт развития рекреационной деятельности, поднимет значимость региональных

рынков туристических услуг. Их участникам стоит сейчас делать акцент именно на внутренние резервы — изучать направления, потенциальный спрос, готовить новые продукты. При этом следует помнить, что в функционировании сферы отдыха в течение некоторого времени будут отражаться условия, оставленные в «наследство» от предшествующих периодов и современных поствирусных тенденций.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020.** World Tourism Organization (UNWTO) [Электронный ресурс]. — [unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020](http://unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020) (дата обращения 21.03.2021).
2. **Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2020** World Travel & Tourism Council. June 2020 [Электронный ресурс]. — [wtcc.org/Research/Economic-Impact](http://wtcc.org/Research/Economic-Impact) (дата обращения 21.03.2021).
3. **В Ростуризме** оценили потери российской туротрасли в 1,5 трлн рублей. 15.04.2020 г. [Электронный ресурс]. — <https://tass.ru/ekonomika/8252489> (дата обращения 04.04.2021).
4. **Туристические итоги 2020 года** [Электронный ресурс]. — <https://www.kp.ru/russia/novosti-turizma-v-rossii/kak-randemiya-izmenila-puteshestviya/> (дата обращения 03.03.2021).
5. **Логунцова И.В.** Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление: Электрон. вестн. — 2020. — № 8. — С. 49–65.
6. **Мирзеханова З.Г., Дебелая И.Д.** Основные тенденции развития регионального туризма в условиях мирового экономического кризиса /ИнтерКарго/ИнтерГИС-16. Устойчивое развитие территорий: теория ГИС и практический опыт // Материалы Междунар. науч. конф. Ростов-на-Дону, Зальцбург (3–4 июля 2010). — Ростов-на-Дону: Изд-во Южного науч. центра РАН, 2010. — С. 431–436.
7. **Морозова Н.С.** Экономические аспекты управления туризмом в условиях мирового финансово-экономического кризиса // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2009. — № 2. — С. 52–55.
8. **Келлер П.** Влияние мировых кризисов на туризм // Вестн. Рос. Междунар. академии туризма. — 2013. — № 3. — С. 17–20.
9. **Козлова Е.В., Солод Т.В., Завьялов А.А.** Международный туризм в условиях кризиса мировой экономики: тенденции и проблемы развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2019. — № 4 (107). — С. 7–12.
10. **Абалаков А.Д., Панкеева Н.С.** Особенности развития туризма в период глобального экономического кризиса // География и природ. ресурсы. — 2011. — № 3. — С. 111–117.
11. **Веревичев И.И.** Кризисы науки и кризисы цивилизации в эпоху ускорения научно-технического прогресса // Наука среди нас. — 2019. — № 4 (20). — С. 272–278.
12. **Гуляев В.Г., Рассохина Т.В., Голодяева В.И.** Научные подходы к развитию туризма в Российской Федерации в условиях кризиса, санкций и геополитической нестабильности // Вестн. Рос. Междунар. академии туризма. — 2016. — № 1. — С. 126–131.
13. **Пандемия** как возможность: эксперты Вышки оценили перспективы внутреннего туризма [Электронный ресурс]. — [hse.ru/news/expertise/433402363.html](http://hse.ru/news/expertise/433402363.html) (дата обращения 21.03.2021).
14. **В 2021 году** турпоездки по России совершили 56 млн человек... [Электронный ресурс]. — [finmarket.ru/news/5618301](http://finmarket.ru/news/5618301) (дата обращения 21.04.2020).
15. **Стратегия** развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г., утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [Электронный ресурс]. — <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения 21.04.2020).
16. **Национальная** программа социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2020 г. № 2464-р [Электронный ресурс]. — <http://garant.ru/products/ipo/prime/doc/74587526/> (дата обращения 21.02.2021).
17. **Гарднер Ю.** Шаги в гору. Станет ли внутренний туризм драйвером развития экономики на Дальнем Востоке [Электронный ресурс]. — <https://rg.ru/2020/06/11/reg-dfo/razvitiu-turizma-na-dalnem-vostoke-pomogut-gostiz-sosednih-regionov.html> (дата обращения 21.01.2021).
18. **Мирзеханова З.Г., Дебелая И.Д., Масличенко В.А.** Кадастр туристических ресурсов в системе управления рекреационным природопользованием (на примере Хабаровского края). — Saarbrücken: LAP LAMBER, 2011. — 230 с.
19. **Мирзеханова З.Г.** Кластерный подход в развитии туризма (на примере Хабаровского края) // Наука и туризм: стратеги взаимодействия: Сб. статей. — 2015. — Вып. 4 (2). — С. 87–95.
20. **Мартышенко Н.С.** Принципы формирования туристского кластера в Приморском крае // Экономика региона. — 2009. — № 1. — С. 204–208.
21. **Мирзеханова З.Г.** Реализация концептуальных положений модели зеленой экономики на Дальнем Востоке России. Экологические предпосылки // Экономика региона. — 2020. — Т. 16, вып. 2. — С. 449–463.
22. **Бугин Ж., Танги К.** Шесть признаков успешной цифровой трансформации // Harvard Business Review Россия [Электронный ресурс]. — <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/> (дата обращения 04.12.2020).

23. **Черевичко Т.В., Темякова Т.В.** Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. — 2019. — Т. 19, вып. 1. — С. 59–64.
24. **Лучшие** мировые практики цифровой трансформации туристической деятельности [Электронный ресурс]. — <http://digitalbusinessmodel.ru/page7181064.html> (дата обращения 04.02.2021).
25. **Sohu (Китай):** какие виды туризма будут популярны после пандемии? [Электронный ресурс]. — <http://inosmi.ru>inoblog/20200523/247444959.html> (дата обращения 04.10.2021).
26. **Wahyono Z., Abbas M., Razaka A.** Islamic tourism in Southeast Asia: The concept and its implementation // Internat. Journ. of Halal Research. — 2020. — Vol. 2, N 2. — P. 90–105.
27. **Труппа А., Dolezalb С.** Tourism and the sustainable development goals in Southeast Asia // Article in Austrian Journ. of South-East Asian Studies. — 2020. — N 13 (1). — P. 1–16.
28. **Туризм-2020** и COVID-19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее [Электронный ресурс]. — <http://garant.ru>Новости и аналитика>Аналитические статьи> (дата обращения 02.10.2021).

*Поступила в редакцию 18.09.2021*

*После доработки 15.11.2021*

*Принята к публикации 29.12.2021*