

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ВЫЗОВОВ

М.В. Ефремова, Е.А. Кочкурова, Т.В. Зыкова, О.В. Рябова

*Национальный исследовательский нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия*

Цель исследования: установить факт необходимости диверсификации внутреннего туризма, определить основные векторы развития и оценить индикаторы достижения поставленных отраслевых целей. **Материалы и методы.** На основе комплексного применения контент-анализа, аналитического и социологических методов, статистических данных проведен анализ туристской активности, оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма, а также мониторинг новых видов, атрибутов и технологий туризма. **Результаты.** Выявлено, что от комбинации таких знаковых факторов, как «скорость восстановления экономики» и «фундаментальные изменения в поведении туристов из-за карантинных ограничений» зависит сценарий выхода из критического положения. Однако независимо от того, по какому сценарию будет развиваться туристская отрасль, системные сдвиги, определяющие необходимость диверсификации внутреннего туризма, будут связаны с новыми видами, форматами туризма, изменением качества и атрибутов путешествий. **Заключение.** Показано, что диверсификация внутреннего туризма будет способствовать дальнейшему зонированию туристских территорий, появлению новых видов, форматов и атрибутов туризма, повышению доступности поездок по всей территории России, совершенствованию управления в сфере туризма, цифровизации отрасли и др. Однако необходима дальнейшая синхронизация усилий с национальными проектами и государственными программами.

Ключевые слова: развитие внутреннего туризма, диверсификация туристской деятельности, новые атрибуты путешествий, потребительское поведение.

Введение. В отечественной индустрии туризма наблюдается воздействие двух противоречивых тенденций. С одной стороны, сфера внутреннего туризма имеет весомое социально-экономическое значение. «Туристская отрасль инициирует развитие более 32 смежных отраслей народного хозяйства. Кроме того, она выступает в качестве способа диверсификации экономики, обуславливая повышение устойчивости социально-экономических систем» [5]. С другой стороны, отечественный потенциал реализуется не всегда и не везде эффективно. Множество исследователей отмечают, что, несмотря на то, что индустрии туризма и гостеприимства уделяется все большее внимание со стороны органов управления всех уровней, потенциальных инвесторов, бизнеса и все большего количества соотечественников, показатели внутреннего туризма России остаются низкими [1, 2, 4, 11]. Внутренний туризм не получает должного развития, имеют место множество объективных и субъективных разноуровневых проблем. Проблемами развития внутреннего туризма, связанными с состоянием материально-

технической базы, нормативно-правовой поддержкой, транспортной сферой, кадровыми и маркетинговыми аспектами, государственным регулированием в разные времена занимались многие отечественные специалисты, среди которых можно выделить В.И. Кружалаина, Е.Г. Киякбаеву, Л.С. Сладких, Е.Г. Леонидову, Э.Г. Алиева, Л.И. Черникову, Е.В. Семенову, Г.Р. Фаизову, Н.В. Маслову, Н.А. Шмина и др. [1, 3, 5, 10–12, 14].

Новый тип поведения туриста, основанный на его независимости, хорошей информированности, критическом отношении к предлагаемым товарам и услугам, факторы демографического, экономического, социального порядка, изменения в психологии современного человека, а также пандемия, внесшая коррективы в развитие многих отраслей, обуславливают новые тенденции и особенности туристского спроса. Так, международная туристская организация (UNWTO) констатирует тот факт, что международные туристические потоки в текущий кризис сократились в 7,5 раз, что гораздо больше по сравнению с проблемным 2008 годом, а показатели туристской от-

Оздоровительный, рекреационный и спортивный туризм

Основные показатели деятельности туристских фирм
Key performance indicators of travel agencies

Показатель Indicator	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Число туристских фирм (на конец года) Number of travel agencies (by the end of the year)	11324	11614	11893	12395	13579	13674	12690
Число реализованных населению турпакетов, всего (тыс.) Number of travel tours, total (thousand)	5384	4384	4024	3352	4390	4585	5337
из них по территории России domestic tours	969	992	1331	1529	1552	1635	2111
Отправлено российских туристов, всего (тыс. чел.) Number of Russian tourists, total (thousand people)	9883,0	8487,1	7889,2	6706,3	8913,4	8856,3	11825,8
из них по России domestic tours	1916,4	1974,2	2628,2	3284,2	3283,4	3369,9	4373,1
Стоимость реализованных населению турпакетов, всего (млн руб.) Price of travel tours, total (million rubles)	249898	243453	239554	192624	281229	303738	378883
из них по территории России domestic tours	23876	25444	50517	49166	52290	59556	69560

Примечание. Составлена авторами на основании источника [6].

Note. Compiled by the authors based on the source [6].

расли к концу 2020 г. снизятся на 60–80 % по сравнению с показателями 2019 г. [13]. По данным Ростуризма, потери туристической отрасли в связи с пандемией коронавируса в России уже в первом полугодии 2020 года составили порядка 1,5 трлн рублей, пассажирский поток снизился на 90 % и количество бронирований сократилось на 75 % [9].

Однако по мере снятия ограничений уровень восприятия путешествий как чего-то опасного постепенно снижается, потребность в путешествиях и новых эмоциональных впечатлениях возрождается. По данным ряда международных опросов, до 70 % потребителей не планируют отказываться от поездок и путешествий в 2020 году, если внутри их страны и в странах, которые они хотели бы посетить, не будет официальных запретов на передвижения [15, 16]. Опыт локдауна фундаментально меняет потребительское поведение и предопределяет необходимость продуманной диверсификации туристской деятельности.

Материалы и методы. На основе комплексного применения контент-анализа, аналитического, социологического методов и офи-

циальных статистических данных проведен анализ туристской активности, оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма, а также мониторинг новых видов, атрибутов и технологий туризма. Для представления результатов исследования использовался графический и табличный инструментарий.

Результаты. Отдых внутри страны доступен для различных слоев населения: по уровню доходов, по возрасту, состоянию здоровья и прочим параметрам жизни. Однако не всеми соотечественниками он воспринимается как престижный. Структура продаж, представленная в таблице, демонстрирует активность населения в сфере организованного внутреннего туризма за период 2013–2019 гг.

Отметим, что за 2019 год на фоне сокращения количества туристских фирм почти на 7 % показатели туристской активности населения демонстрировали положительную динамику. Так, число реализованных турпакетов по России увеличилось на 29,1 %, а количество организованных путешествующих соотечественников выросло на 33,5 %.

Однако в первом полугодии 2020 г. туристический поток снизился. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма в 2020 г. демонстрирует отрицательный баланс (разность оценок «благоприятная» и «неблагоприятная», «улучшение» и «ухудшение») в среднем на 27 процентных пунктов (см. рисунок).

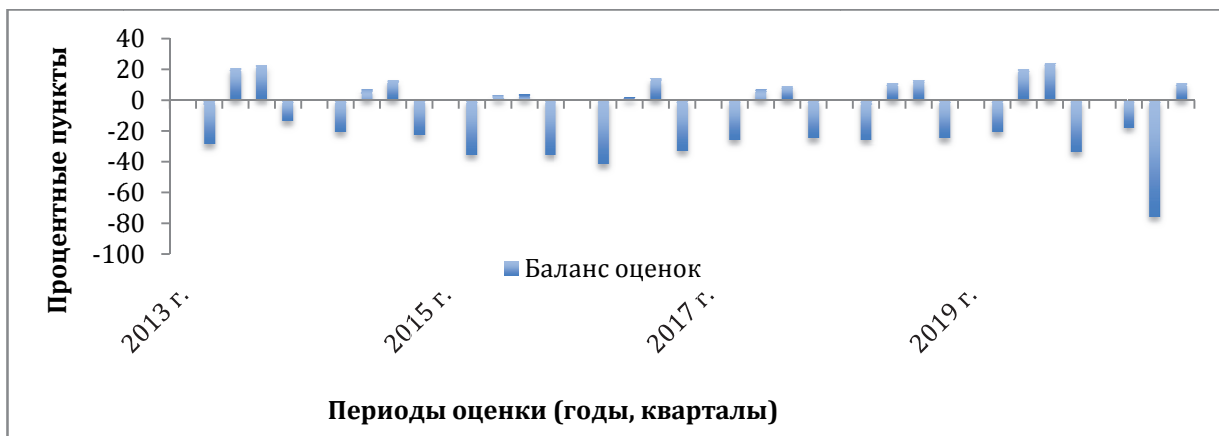
Большинство россиян считают Россию привлекательной страной для туристов, но при этом 46 % отмечают, что туристский потенциал их регионов реализован слабо [8]. Так, для увеличения доли внутреннего туризма желанная и готовность соотечественников путешествовать внутри страны недостаточно. В реалиях сегодняшнего времени возникли новые запросы путешествующих, связанные с безопасностью среды, гибкостью в работе провайдеров туристских услуг и соблюдению социальных требований.

Туризм в России развит неравномерно и носит очаговый характер, и регион, чтобы дифференцировать себя от других, должен находиться в постоянном поиске. Сегодня отрасль находится в ситуации максимальной неопределенности и от комбинации таких знаковых факторов, как «скорость восстановления экономики» и «фундаментальные изменения в поведении туристов из-за карантинных ограничений», зависит сценарий выхода из критического положения. Отраслевые сценарии рассматривают и полное исчезновение массового туризма, и выживание только крупных компаний, и тотальную визуализацию с заменой онлайн на лайф стриминг, и сценарий возвращения на круги своя за счет глобальной государственной поддержки. Исследование показало, что независимо от того,

по какому сценарию будет развиваться туристская отрасль, произойдут системные сдвиги, предопределяющие необходимость диверсификации, в том числе и внутреннего туризма, которая будет связана, во-первых, с видами и форматами туризма, во-вторых, изменением качества и атрибутов путешествий, и наконец с трансформацией деятельности провайдеров туристских услуг.

Устоявшиеся виды туризма отходят на задний план, уступая место новым направлениям. Диверсификация, основанная на перераспределении между разными видами и разными локациями туризма, заключается в формировании новых туристических межрегиональных направлений в первую очередь для активного приключенческого туризма; развитии менее крупных городов как новых туристических центров с аналогичным набором достопримечательностей и сервисом по более низкой цене для познавательного и культурного туризма; сокращении деловых поездок с целью очного участия в бизнес-мероприятиях, совещаниях, переговорах, обучении или повышении квалификации и замене их цифровыми и дистанционными форматами, а также в распространении гибридных форматов (офлайн и онлайн) в сегменте бизнес-туризма; развитии нестандартных туристских направлений для развития тематических видов туризма (гастрономический, паломнический, детский и т. д.) с целью получения аутентичного опыта, погружения в культуру и традиции местных жителей, а также освоения новых навыков, волонтерства.

Диверсификация туристского бизнеса предполагает появление новых атрибутов



Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма (составлен авторами на основании источника [6])
Assessment of the demand for services in domestic tourism (compiled by the authors based on the source [6])

путешествий. Современные технологии способны сопровождать туриста на всех этапах, начиная с осознания потребности (платформы с виртуальными турами), планирования поездки (рекомендательные сервисы и приложения для формирования персональных предложений, платформы с готовыми маршрутами), обеспечения комфорта в поездке (транспортные и туристские терминалы, роботы, бесконтактные технологии регистрации), обмена впечатлениями (гаджеты и приложения по навигации на местности, перевод языка) и заканчивая обменом отзывами (платформы с отзывами), т. е. превращать путешествие в «smart-путешествие».

Опрос Booking.com демонстрирует, что почти две трети путешественников планируют более длительные путешествия и хотят видеть передвижение значимой частью своего опыта [7]. В краткосрочной и среднесрочной перспективе внутренний туризм необходимо диверсифицировать под «отдых без спешки». Длительные путешествия, перемещение пешком или на наземном транспорте, знакомство с местной культурой, проживание в глэмпингах становятся все более востребованными.

Необходимость диверсификации продиктована еще и тем, что туристы все чаще выбирают продукт, максимально соответствующий их графику и интересам. Групповые туры все чаще трансформируются в отдельные группы. Для многих становится важно путешествовать с людьми, близкими по кругу общения и по взглядам, чтобы чувствовать себя безопасно и комфортно. Туристские организации должны как можно быстрее овладеть инструментами персонализированного маркетинга и взаимодействия с клиентом.

Безопасность путешествий становится одним из основных векторов диверсификации внутреннего туризма. Принимая решение в пользу того или иного места путешествия, туристы как никогда думают о своем здоровье и благополучии, которому способствует безопасная среда, социальная дистанция, введение паспорта иммунитета, новые стандарты гигиены в туристической индустрии. Новые требования к личной безопасности изменили запросы на типы страховых услуг (например, страхование от коронавируса, отмены поездки), появились «меню» индивидуальных (взамен пакетных) страховых услуг, а также страховые продукты, ориентированные на внутренний туризм, имеющие пониженную

стоимость по сравнению с международным туризмом. Отметим, что в краткосрочной перспективе спрос на автомобильные путешествия станет более востребованным, так как отвечает сразу двум требованиям: безопасности и гибкости в планировании.

Новый диверсифицированный формат приобретает и деятельность операторов и поставщиков туристских услуг. Организацией логистики путешествий удобнее заниматься через метапоисковики, агрегаторы, онлайн-платформы, и алгоритмы позволяют спланировать путешествие «под ключ». Традиционные туроператоры постепенно превращаются в «экспертов по путешествиям», переходя от формирования универсальных пакетных туров к персональным рекомендациям (в том числе онлайн) для самостоятельных путешественников. С целью привлечения внимания к внутреннему туризму региональные туроператоры и туристические центры могут взять на себя роль инициатора разработки партнерских схем кооперации с другими игроками рынка, чтобы «прокачивать» новые внутренние территории. В перспективе подобные партнерства могут способствовать развитию насыщенной экосистемы туризма в регионе, которая будет включать компании-перевозчики, местные музеи, рестораны, отели.

Заключение. Проведенный авторский анализ позволил обозначить векторы диверсификации отечественного внутреннего туризма. Однако для их реализации необходима «перезагрузка» государственных функций в туризме. Уже сейчас в основу платформы отраслевого развития заложены целевые ориентиры. В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» определен рост объема туристской индустрии с 3158 млрд рублей до 16 306 млрд рублей, увеличение инвестиций в сферу туризма в три раза¹. Ростуризм в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» планирует увеличение числа внутренних поездок в России в том числе и за счет импортозамещения с 65 млн в 2019 г. до 140 млн в 2030 г., количество внутренних поездок до 140 млн год,

¹ 6. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. URL: https://tourism.gov.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/

организацию 4,2 млн новых рабочих мест, повышение вклада отрасли в ВВП до 8,3 трлн руб. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2019–2025 годы)» также ставит конкретные задачи и сроки по созданию новых российских туристско-рекреационных кластеров, по их продвижению на внутреннем и международном рынках, по обучению специалистов индустрии туризма и гостеприимства, формированию устойчивой привлекательности и популярности российских регионов среди отечественных и иностранных туристов², однако необходима дальнейшая синхронизация усилий с другими национальными проектами и государственными программами.

Литература

1. Зыкова, Т.В. Перспективы развития туристской индустрии и ее влияние на экономику региона (на примере Нижегородской области) / Т.В. Зыкова, Е.А. Кочкурова, Э.Г. Алиев // *Вестник Нац. академии туризма*. – 2017. – № 4 (44). – С. 61–65.
2. Королев, Н.В. Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса России / Н.В. Королев // *Вестник ун-та*. – 2018. – № 9. – С. 39–73. DOI:10.26424/1816-4277-2018-9-69-74
3. Кружалин, В.И. Современные проблемы и тенденции в российском туризме / В.И. Кружалин, Е.Г. Киякбаева // *Географ. вестник – Geographical bulletin*. – 2017. – № 4 (43). – С. 146–153. DOI: 10.17072/2079-78772017-4-146-153
4. Кузнецова, Н.Ф. Современная инфраструктура как одно из важнейших условий для развития туризма / Н.Ф. Кузнецова // *Азимут науч. исследований: экономика и управление*. – 2016. – Т. 5, № 3 (16), – С. 134–138.
5. Леонидова, Е.Г. Развитие внутреннего туризма в регионе / Е.Г. Леонидова // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2017. – Т. 10, № 2. – С. 271–283. DOI: 10.15838/esc/2017.2.50.15
6. Оценка спроса на услуги в сфере внутреннего туризма // *Официальный сайт Федеральной службы государственной статисти-*
ки. – <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 21.09.2020).
7. Прогнозы путешествий 2020. Быстрый переход к долгосрочным путешествиям. – <https://travelpredictions2020.com/#12> (дата обращения: 10.09.2020).
8. Россияне хотят сделать свои регионы привлекательнее для иностранных туристов // *Официальный сайт аналитического агентства НАФИ*. – <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-khotyat-sdelat-svoi-regiony-privlekatelnee-dlya-inostrannykh-turistov/> (дата обращения: 22.09.2020).
9. Ростуризм оценил потери турбизнеса в 1,5 трлн руб. за полгода. Официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг». – <https://www.rbc.ru/business/15/04/2020/5e9720309a794760755b8e8e> (дата обращения: 20.09.2020).
10. Семенова, Е.В. Проблемы развития внутреннего туризма и некоторые пути их решения / Е.В. Семенова, Н.В. Маслова // *Вестник Нац. академии туризма*. – 2016. – № 3. – С. 34–36.
11. Сладких, Л.С. Основные проблемы развития внутреннего туризма в России / Л.С. Сладких // *Проблемы современной экономики*. – 2012. – № 4 (68). – С. 368–371.
12. Черникова, Л.И. К вопросу переориентации на внутренний туризм / Л.И. Черникова, Г.Р. Фаизова // *Финансовая аналитика: проблемы и решения*, 2016. – С. 52–60.
13. Число международных туристов может упасть на 60–80 % в 2020 году // *Официальный сайт Всемирной туристической организации*. – <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (дата обращения: 05.09.2020).
14. Шимин, Н.А. Маркетинг туристских территорий: цели, направления, инструментов (на примере Нижегородской области) / Н.А. Шимин, Т.В. Зыкова, Е.А. Кочкурова // *Экономика: теория и практика*. – 2020. – Т. 58, № 2. – С. 123–133.
15. How COVID-19 Impacts the Travel Demand in 2020. – <https://luggagehero.com/blog/covid-19-impacts-travel-demand/> (дата обращения: 07.09.2020).
16. Survey: future travelers willing to accept inconveniences for safety. // *ASIAN HOSPITALITY is a b2b news magazine and website that covers the U.S. hotel industry*. – <https://www.asianhospitality.com/survey-future-travelers-willing-to-accept-inconveniences-for-safety/>.

² Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы) // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2019-2025-gody/>

Ефремова Марина Владимировна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры сервиса и туризма, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23. E-mail: emvnki@mail.ru, ORCID: 0000-0002-6985-2696.

Кочкурова Елена Адольфовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервиса и туризма, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23. E-mail: elenakochkurova@mail.ru, ORCID: 0000-0001-6316-1192.

Зыкова Татьяна Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервиса и туризма, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23. E-mail: tanya.5036@mail.ru, ORCID: 0000-0002-6952-8546.

Рябова Ольга Вячеславовна, кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры сервиса и туризма, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23. E-mail: olga75-31@mail.ru, ORCID: 0000-0001-9017-0983.

Поступила в редакцию 7 ноября 2020 г.

DOI: 10.14529/hsm21s124

DIVERSIFICATION OF DOMESTIC TOURISM IN THE FACE OF NEW CHALLENGES

M.V. Efremova, emvnki@mail.ru, ORCID: 0000-0002-6985-2696,

E.A. Kochkurova, elenakochkurova@mail.ru, ORCID: 0000-0001-6316-1192,

T.V. Zyкова, tanya.5036@mail.ru, ORCID: 0000-0002-6952-8546,

O.V. Ryabova, olga75-31@mail.ru, ORCID: 0000-0001-9017-0983

*National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky,
Nizhny Novgorod, Russian Federation*

Aim. The paper aims to establish the need to diversify domestic tourism, to determine the main vectors of its development and to assess the indicators of achieving industry goals. **Materials and methods.** The following methods were used during the study: content analysis, analytical and sociological methods, statistical data analysis, an analysis of tourist activity, an assessment of the demand for domestic tourism services, as well as the monitoring of new types, attributes and tourism technologies. **Results.** It was revealed that the combination of such significant factors as “the speed of economic recovery” and “fundamental changes in tourist behavior due to quarantine restrictions” depended on the scenario of overcoming a critical situation. However, regardless of tourism industry development, systemic shifts that determine the need to diversify domestic tourism will be associated with new types, tourism formats and changes in the quality and attributes of travel. **Conclusion.** The diversification of domestic tourism will contribute to the further zoning of tourist areas, the emergence of new types, formats and attributes of tourism, an increase in travel availability throughout Russia, the improvement of tourism management, industry digitalization, etc. However, further synchronization of efforts with national projects and government programs is required.

Keywords: *domestic tourism development, diversification of tourist activities, new attributes of travel, consumer behavior.*

References

1. Zykova T.V., Kochkurova E.A., Aliyev E.G. [Prospects for the Development of the Tourism Industry and Its Impact on the Economy of the Region (on the Example of the Nizhny Novgorod Region)]. *Vestnik Natsional'noy akademii turizma* [Bulletin of the National Academy of Tourism], 2017, no. 4 (44), pp. 61–65. (in Russ.)
2. Korolev N.V. [Development Strategies for the Tourist and Recreational Complex of Russia]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of the University], 2018, no. 9, pp. 39–73. (in Russ.) DOI: 10.26424/1816-4277-2018-9-69-74
3. Kruzhalin V.I., Kiyakbayeva E.G. [Modern Problems and Trends in Russian Tourism]. *Geograficheskii vestnik* [Geographical Bulletin], 2017, no. 4 (43), pp. 146–153. (in Russ.) DOI: 10.17072/2079-78772017-4-146-153
4. Kuznetsova N.F. [Modern Infrastructure as one of the Most Important Conditions for the Development of Tourism]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye* [Azimuth of Scientific Research. Economics and Management], 2016, vol. 5, no. 3 (16), pp. 134–138. (in Russ.)
5. Leonidova E.G. [Development of Domestic Tourism in the Region]. *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes. Facts, Trends, Forecast], 2017, vol. 10, no. 2, pp. 271–283. (in Russ.) DOI: 10.15838/esc/2017.2.50.15
6. Assessment of Demand for Services in the Field of Domestic Tourism. Official Website of the Federal State Statistics Service. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed 09.21.2020).
7. Travel Forecasts 2020. Fast Transition to Long-Term Travel. Available at: <https://travelpredictions2020.com/#12> (accessed 09.10.2020).
8. Russians Want to Make their Regions More Attractive for Foreign Tourists. Official Site of the Analytical Agency NAFI. Available at: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-khotyat-sdelat-svoiregiony-privlekatelnee-dlya-inostrannykh-turistov/> (accessed 09.22.2020).
9. Rosturizm Estimated the Losses of the Tourist Business at RUB 1.5 Trillion. For Half a Year. Official Site of RosBusinessConsulting. Available at: <https://www.rbc.ru/business/15/04/2020/5e9720309a794760755b8e8e> (accessed 09.20.2020).
10. Semenova E.V., Maslova N.V. [Problems of Development of Domestic Tourism and Some ways to Solve Them]. *Vestnik Natsional'noy akademii turizma* [Bulletin of the National Academy of Tourism], 2016, no. 3, pp. 34–36. (in Russ.)
11. Sladkikh L.S. [The Main Problems of the Development of Domestic Tourism in Russia]. *Problemy sovremennoy ekonomiki* [Problems of Modern Economics], 2012, no. 4 (68), pp. 368–371. (in Russ.)
12. Chernikova L.I., Faizova G.R. [On the Issue of Reorientation to Domestic Tourism]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya* [Financial Analytics. Problems and Solutions], 2016, pp. 52–60. (in Russ.)
13. The Number of International Tourists May Fall by 60–80% in 2020. Official Website of the World Tourism Organization. Available at: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (accessed 09.05.2020).
14. Shimin N.A., Zykova T.V., Kochkurova E.A. [Marketing of Tourist Territories. Goals, Directions, Tools (on the Example of the Nizhny Novgorod Region)]. *Ekonomika: teoriya i praktika* [Economics. Theory and Practice], 2020, vol. 58, no. 2, pp. 123–133. (in Russ.)
15. *How COVID-19 Impacts the Travel Demand in 2020*. Available at: <https://luggagehero.com/blog/covid-19-impacts-travel-demand/> (accessed 07.09.2020).
16. Survey: Future Travelers Willing to Accept Inconveniences for Safety. *ASIAN HOSPITALITY is a b2b News Magazine and Website that Covers the U.S. Hotel Industry*. Available at: <https://www.asianhospitality.com/survey-future-travelers-willing-to-accept-inconveniences-for-safety/>.

Received 7 November 2020

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Анализ возможностей диверсификации внутреннего туризма в условиях новых вызовов / М.В. Ефремова, Е.А. Кочкурова, Т.В. Зыкова, О.В. Рябова // Человек. Спорт. Медицина. – 2021. – Т. 21, № S1. – С. 159–165. DOI: 10.14529/hsm21s124

FOR CITATION

Efremova M.V., Kochkurova E.A., Zykova T.V., Ryabova O.V. Diversification of Domestic Tourism in the Face of New Challenges. *Human. Sport. Medicine*, 2021, vol. 21, no. S1, pp. 159–165. (in Russ.) DOI: 10.14529/hsm21s124