

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Чувак С.В.

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
ул. Ожешко 22, Гродно, Беларусь, 230000, sv_chuvak@grsu.by*

В статье проанализированы особенности трансформации туристической индустрии Республики Беларусь в период пандемии COVID-19 в период с 2019 по 2020 гг. в контексте национальной экономики. Указаны самые очевидные кризисные явления и способы реорганизации, ассимиляции туристической отрасли к сложившимся экономическим реалиям. Структурированы и выявлены особенности продуктовых стратегий в период адаптации туристической отрасли в условиях преодоления последствий COVID-19.

Ключевые слова: пандемия COVID-19; реорганизация; адаптация; продуктовая стратегия; туристическая индустрия Республики Беларусь.

THE TRANSFORMATION OF THE TOURIST INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS UNDER COVID-19 PANDEMIC

S. Chuvak

*Yanka Kupala State University of Grodno,
22 Ozheshko st., Grodno, Belarus, 230000, sv_chuvak@grsu.by*

The article analyzes the features of the transformation of the tourism industry of the Republic of Belarus during the COVID-19 pandemic from 2019 to 2020 in the context of the national economy. The most obvious crisis phenomena and methods of reorganization, assimilation of the tourism industry to the prevailing economic realities are indicated. The features of product strategies in the period of adaptation of the tourism industry in the context of overcoming the consequences of COVID-19 have been structured and identified.

Key words: COVID-19 pandemic; reorganization; adaptation; product strategy; tourist industry of the Republic of Belarus.

Пандемия COVID-19 привела к глобальным вызовам, экономическим кризисам и кризисам в области здравоохранения, а также оказала вторичное воздействие на мировые отрасли, включая туризм и путешествия, которые вносят основной вклад в мировую индустрию услуг. Индустрия туризма и отдыха наиболее сильно пострадала от воздействия COVID-19 и относится к числу наиболее пострадавших отраслей мировой экономики. Мы рассмотрели каким образом туристическая индустрия Республики Беларусь реагировала на последствия пандемии в 2020 г.

Пандемия коронавируса обусловила коренной пересмотр санитарно-гигиенических стандартов и стандартов безопасности туристов и экскурсантов, изменению технологий обслуживания в туризме и гостеприимстве с учетом новых реалий туристического обслуживания. Министерство здравоохранения Республики Беларусь разработало «Методические рекомендации по профилактике COVID-19 в организациях (в новой редакции)» [1]. В 3 главе разработаны специфические рекомендации для отдельных видов деятельности, в том числе для организации общественного питания, при организации работ туристических предприятий, гостиниц и других предприятий, обеспечивающих оказание туристических услуг. Кроме того, специалисты Министерства здравоохранения Республики Беларусь и Республиканского центра по оздоровлению и санатор-

но-курортному лечению разработали санитарно-противоэпидемические рекомендации для санаторно-курортных организаций [2].

Национальный статистический комитет Беларуси опубликовал отчет о деятельности туристических организаций за 2020 г. Из него следует, что всего за один год туризм в нашей стране по многим показателям откатился минимум на десять лет назад. В 2020 г. нашу страну посетили около 37 тысяч иностранных туристов: в пять раз меньше, чем в 2019 г. Для сравнения: в 2005 г., по данным того же Белстата, в Беларусь въехали более 90 тыс. чел., в 2011 г. – более 116 тыс. Реже выезжали в 2020 г. за границу и белорусы: в четыре раза по сравнению с 2019 г. и вдвое реже по сравнению с 2005 г. Существенное сокращение туристических потоков, естественно, сказалось на финансовых показателях организаций. Чистая прибыль от оказания туристических услуг за год уменьшилась колоссально: примерно в 60 раз в рублях и примерно в 70 раз – в долл. США.

Кризисные явления наиболее сильно отразились на турагентствах, особенно в условиях обострившейся конкуренции с туроператорами (промо-цены, SPO и т.д.), значительно снизившейся агентской комиссии (ужесточение норм комиссионного вознаграждения) и снизившейся лояльности потребителей (скидочный торг). Существенной финансовой проблемой в белорусском туристическом бизнесе стал отказ от раннего бронирования. В европейских странах туроператорам разрешили не возвращать предоплату по раннему бронированию, однако в Беларуси данного решения принято не было. Проблема была решена частично: около половины туристов, которые внесли предоплату, получили деньги обратно, около трети белорусских туристов перенесли туры на следующий 2020 г. [3].

Ещё одним вынужденным способом минимизации негативных последствий пандемии коронавируса стало слияние предприятий. Белорусский туристический бизнес в качестве временной панацеи рассматривал введение нормативного акта об отсрочке исполнения обязательств по договорам оказания туристических услуг. С учетом того, что большое число фирм получило 50-60 и более заявлений о расторжении договоров. Реструктуризация исполнения обязательств до конца 2020 г. выглядела логичной, хотя и временным решением. Но такое решение принято не было, и туристический бизнес рассматривает варианты объединения усилий при работе с туристами. Ведь помимо возврата денежных средств по договорам оказания туристических услуг, турфирмам необходимо осуществлять постоянные платежи (уплата арендных платежей, налоговых платежей т.д.). В результате туристические предприятия стали консолидировать свои активы при наличии серьезной дебиторской задолженности перед туристами. [3].

Выжить в таких сложнейших условиях смогли далеко не все: каждая восьмая турфирма в Беларуси в 2020 г. прекратила свое существование. 196 туристических предприятий прекратило своё существование, в результате за 2020 г. закрылось больше туристических фирм, чем открылось за предыдущие 6 лет [4]. Сколько всего белорусов, занятых в сфере туризма, лишились работы в 2020 г. из-за кризиса, вызванного пандемией коронавируса, точно сказать

сложно. Но, если верить официальным данным, списочная численность работников организаций, осуществляющих туристическую деятельность, за год сократилась примерно в 1,5 раза. Развитие туристической индустрии Беларуси в 2020 г. показало, что рынок туристических услуг стал переориентироваться на предложения по всем доступным в условиях социального дистанцирования видам туризма.

Востребованным туристическим предложением в условиях туристической мобильности стали виртуальные экскурсии. Как правило, музеи Беларуси стали предлагать виртуальные знакомства со своими экспозициями. На сайте мемориального комплекса «Брестская крепость» доступны три виртуальных тура: по экспозициям Музея войны, Музея обороны и по экспозиции «Летописи Брестской крепости». Музей истории Великой Отечественной войны разработал виртуальный тур по своим залам [5]. На сайте grodnovisafree.by можно посетить семь виртуальных туров. Четыре из них по храмам Гродно (Лютеранская кирха, Фарный костёл, Покровский собор, Синагога и музей истории евреев Гродненщины), еще три – по оборонительным фортам. Туры по храмам сопровождаются только музыкой [6].

Другим мощным инструментом выживания отечественного туризма стал внутренний туризм. Особенно загородный, экологический вариант внутреннего туризма дал возможность не только соблюдать рекомендации по профилактике распространения COVID-19, но и позволил отрасли восстанавливаться. По данным национального статистического комитета в 2020 г. в Беларуси было 76 985 туристов – граждан Республики Беларусь, направленных в туры в пределах территории Республики Беларусь, это в два раза больше, чем количество принятых иностранных туристов (34 156 человек) [7].

Владельцы агроусадьб начали предлагать сплавы на байдарках, веломаршруты, походы. Появилось много новых тематических программ. Если, скажем, вы хотите научиться печь хлеб, то можете смело ехать в усадьбу, где проводят соответствующие мастер-классы. Намного проще агротуристическим кластерам – территориям, где в обслуживании гостей объединились усадьбы, фермеры, ремесленники, фольклорные коллективы, музеи и т.д. [8].

Таким образом, происходит переформатирование национального туристического рынка, когда туроператоры выступают в роли посредников, а сами определяют формирование инновационного безопасного туристического предложения.

Государственно-частное партнёрство складывается в направлении формирования нормативно-правовой базы туристической деятельности. Пандемия показала несовершенство механизмов регулирования отношений между туристами, турагентами и туроператорами. В 2021 г. в Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь внесен проект Закона Республики Беларусь «О туризме». Законопроектом планируется усилить механизм защиты прав потребителей, пересмотреть объем ответственности турагента и туроператора перед туристом. В числе основных нововведений законопроекта планируется ввести формы финансового обеспечения ответственности туроператоров; разграничить ответственность турагентов и туроператоров при работе с тури-

стами; усилить информационную составляющую туристической деятельности [9]. Регулярно на различных площадках проводятся разного уровня семинары, на которых чиновники различного уровня обсуждают перспективы развития внутреннего туризма, а туристический бизнес ждёт конкретных, прежде всего экономических, мер по поддержке туристического бизнеса.

Беспрецедентные обстоятельства, с которыми в настоящее время сталкивается сектор путешествий и туризма в результате пандемии COVID-19, означают, что в эволюционном смысле мировая экономика в целом и туристическая индустрия в частности достигли развилки, где возможны как минимум два общих исхода. Первый, основанный на возврате к прошлой истории восстановления, заключается в том, что сектор постепенно вернется к докризисной траектории, ориентированной на неустойчивый рост.

В настоящее время кризис означает, что наступил поворотный момент, дающий возможность ввести перемены различной степени, которые могут позволить нам уйти от первоначальной траектории и избежать некоторых связанных с этим проблем [10]. Как утверждает Тьерри Бретон, комиссар ЕС по внутреннему рынку: «...есть возможность воспользоваться преимуществами нынешнего кризиса, чтобы заново изобрести туризм завтрашнего дня - в направлении более устойчивого, устойчивого и инновационного сектора» [11].

Опыт развития национальной туристической отрасли в 2020 г. показал, что требуются такие преобразования, как перезапуск, реорганизация и ассимиляция индустрии туризма в соответствии с последними стандартами и правилами. Мы видим создание новых бизнес-моделей, которые существенно определяют шансы отрасли на выживание, преобразовав ее в гораздо более устойчивую форму. Отечественная индустрия туризма демонстрирует устойчивость с нескольких сторон. Мы предполагаем, что трем сегментам, а именно правительствам, участникам рынка и местным сообществам, необходимо объединить свои усилия, чтобы обеспечить устойчивость отрасли. Технологические инновации должны подняться на более высокий уровень для ускорения создания новых, высокотехнологичных туристических продуктов в сфере туризма и гостеприимства. Искусственный интеллект, интернет вещей и технологии, связанные с местоположением, навигацией, дронами и робототехникой, – вот лишь несколько областей, которые нуждаются в улучшении. Это может способствовать гибкому мышлению в туристической индустрии. Эта пандемия вынудила лидеров отрасли изучить и проанализировать другие более подходящие технологии, чтобы перезагрузить отрасль и вернуть доверие потребителей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Методические рекомендации по профилактике COVID-19 в организациях (в новой редакции) // Сайт Министерства здравоохранения Республики Беларусь. URL: http://minzdrav.gov.by/ru/dlya-belorusskikh-grazhdan/COVID-19/metodicheskie-rekomendatsii-po-profilaktike-covid-19-v-organizatsiyakh.php?sphrase_id=312713/ (дата обращения: 15.10.2021).
2. Минздрав дал рекомендации для санаториев // Информационный туристический портал «Туризм и отдых». URL: https://www.tio.by/info/novosti/minzdrav_rekomendatsii/ (дата обращения: 18.01.2021).

3. Демьянов С.А. Негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка // Туризм и гостеприимство. 2020. № 2. URL: <https://ojs.polessu.by/TG/article/view/1434/1188/> (дата обращения: 22.10.2021).
4. Как COVID-19 ввел в кому белорусский туризм // Информ-Прогулка. URL: <https://inform-progulka.by/ru/483/Ekonomika/21201/> (дата обращения: 18.10.2021).
5. Виртуальные экскурсии, куда можно отправиться лежа на диване // Информационный туристический портал «Туризм и отдых». URL: https://www.tio.by/info/articles/vr_ekskursii/ (дата обращения: 21.10.2021).
6. Виртуальные туры // GRODNOVISAFREE. URL: <https://grodnovisafree.by/component/k2/itemlist/category/952.html/> (дата обращения: 10.11.2021)
7. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2020 год. Статистический сборник // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/6a9/6a9f2105ba41cebe69e6202d779c6cae.pdf/> (дата обращения: 07.09.2021).
8. Туризм в Беларуси во время пандемии: жизнь или смерть? // SPUTNIK. URL: <https://sputnik.by/tourism/20201103/1046052744/Eksport-turuslug-v-Belarusi-snizilsya-primerno-na-60.html/> (дата обращения: 15.10.2021).
9. В условиях пандемии: о внутреннем туризме рассказывает начальник отдела спорта и туризма Светлогорского райисполкома // Светлагорскія навіны. URL: <http://sn.by/post/o-turizme-rasskazyvaet-nachalnik-otdela-sporta-i-turizma-svetlogorskogo-rajispolkoma/> (дата обращения: 10.10.2021).
10. Miles L., Petridou E. Entrepreneurial resilience: Role of policy entrepreneurship in the political perspective of crisis management // Organizational Resilience: Concepts, Integration and Practice. Boca Raton. 2015.
11. Nicolás E. EU pledges help, as tourism faces €400bn hit // EU Observer. URL: <https://euobserver.com/coronavirus/148137/> (дата обращения: 22.10.2021).

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДОКУМЕНТА «ПРЕКРАСНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ ПО СОВМЕСТНОМУ СОЗДАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЯСА ШЁЛКОВОГО ПУТИ И МОРСКОГО ШЁЛКОВОГО ПУТИ XXI В.» (МАРТ 2015 Г.)

И.А. Чувилев

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, chuvilovi@mail.ru*

Раскрыты сущностные характеристики глобальной внешнеполитической и экономической инициативы Китая «Один пояс – один путь» (ОПОП). Впервые в отечественной политической науке комплексно проанализирован концептуальный официальный документ касательно реализации инициативы «Один пояс – один путь», разработанный по поручению Государственного совета КНР, – «Прекрасные перспективы и практические действия по совместному созданию Экономического пояса Шёлкового пути и Морского Шёлкового пути XXI в.» (2015 г.). В документе изложены основные видения и программные установки касательно актуальных направлений реализации инициативы «Один пояс – один путь». Документальное обеспечение инициативы раскрывает и истолковывает пять направлений её реализации – обеспечение бесперебойной торговли, укрепление сферы денежного обращения и развитие дорожного сообщения, усиление политической координации, необходимость сближения народов. Реализация инициативы ОПОП сопряжена с обеспечением национальной безопасности, а также культурной и экономической безопасности Китая.