

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
Кафедра международного туризма**

**ЛЮБОЧКО**  
Екатерина Алексеевна

**ПОСТКОВИДНОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ  
ТУРИСТСКИХ РЫНКОВ В ЕВРОПЕЙСКОМ ТУРИСТСКОМ  
МАКРОРЕГИОНЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
Зав. кафедрой международного  
туризма, доктор исторических  
наук, профессор  
Л.М. Гайдукевич

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Зав. кафедрой международного туризма

доктор исторических наук, профессор Л.М. Гайдукевич

Минск, 2022

## Оглавление

<b>ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ</b> .....	4
<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	9
<b>ГЛАВА 1 ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕКТОР</b> .....	12
<b>1.1</b> Современные тенденции развития туризма Европейского туристского макрорегиона .....	12
<b>1.2</b> Влияние COVID-19 на страны европейского макрорегиона на примере Испании.....	19
<b>ГЛАВА 2 МЕРОПРИЯТИЯ СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА</b> .....	26
<b>2.1</b> Мероприятия национальных правительств по разрешению проблем в туристическом секторе в условиях пандемии.....	26
<b>2.2</b> Деятельность международных организаций по преодолению кризиса в туризме в Европейском туристическом макрорегионе.....	34
<b>ГЛАВА 3 РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19</b> .....	41
<b>3.1</b> Восстановление туристских потоков после пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе .....	41
<b>3.1.1</b> Республика Беларусь .....	42
<b>3.1.2</b> Испания .....	44
<b>3.1.3.</b> Греция.....	45
<b>3.1.4.</b> Черногория.....	47
<b>3.2</b> Восстановление туризма в странах Европейского макрорегиона на примере Испании .....	50
<b>3.3</b> Развитие туристского рынка Беларуси после пандемии COVID-19 .....	54
<b>3.3.1</b> Принятые меры в РБ по борьбе с пандемией COVID-19.....	55
<b>3.3.2</b> Использование опыта стран Европейского макрорегиона в преодолении последствий пандемии при разработке возможных мероприятий, направленных на развитие внутреннего туристского рынка Беларуси .....	56
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	63
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ</b> .....	66
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А</b> .....	72

<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б</b> .....	73
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В</b> .....	75
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Г</b> .....	80
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Д</b> .....	81

## ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

ВВП	Валовой внутренний продукт
ВЭФ	Всемирный экономический форум
Голубая (синяя) экономика	Устойчивое использование ресурсов океана для экономического роста, повышения уровня жизни и рабочие места при сохранении здоровья экосистемы океана
ЕС	Европейский Союз
ИКТ	Информационные и коммуникационные технологии
ИМО	Международная морская организация
Круговая экономика (экономика замкнутого цикла)	Экономика, основанная на возобновлении ресурсов, альтернатива традиционной, линейной экономики (создание, пользование, захоронение отходов). Она призвана изменить классическую линейную модель производства, концентрируясь на продуктах и услугах, которые минимизируют отходы и другие виды загрязнений.
МОТ	Международная организация труда
МСП (SMEs)	Малые и средние предприятия
МЭФ	Международный экономический форум
НДС	Налог на добавленную стоимость
ООН	Организация Объединенных Наций
ОЭСР	Организации экономического сотрудничества и развития
Умный туризм	Туризм, включающий 4 аспекта: устойчивость, доступность, цифровизация и культурное наследие
ФСЗН	Фонд социальной защиты населения
ЦУР	Цели устойчивого развития
ЮНВТО	Всемирная туристская организация
АСИ	Сокращение от <b>A</b> irports <b>C</b> ouncil <b>I</b> nternational; международный совет аэропортов
AR	Сокращение от <b>A</b> ugmented <b>R</b> eality, что в переводе означает «Дополненная реальность»
CLIA	Сокращение от <b>C</b> ruise <b>L</b> ines <b>I</b> nternational <b>A</b> ssociation; Международная ассоциация круизных линий
COVID-19	Сокращение от <b>C</b> Orona <b>V</b> irus <b>D</b> isease 2019; потенциально тяжёлая острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом SARS-CoV-
DFWC	Сокращение от <b>D</b> ebt- <b>F</b> ree <b>W</b> orking <b>C</b> apital; Всемирный совет беспошлинной торговли
DMOs	Сокращение от <b>D</b> estination <b>M</b> arketing <b>O</b> rganization; организации, занимающиеся маркетинговой деятельностью дестинаций

ERDF	Сокращение от <b>E</b> uropean <b>R</b> egional <b>D</b> evelopment <b>F</b> und; законодательная база Европейского регионального развития
EuroVelo	Европейская сеть велосипедных трасс
FITUR	Международная туристическая выставка, проходящая в Испании
HOSTELTUR	Официальный сайт Испании, предоставляющий актуальную информацию о туристической деятельности в стране
IATA	Сокращение от <b>I</b> nternational <b>A</b> ir <b>T</b> ransport <b>A</b> ssociacion; Международная ассоциация воздушного транспорта
ICTE	Сокращение от <b>I</b> nternational <b>C</b> onference on <b>T</b> ourism and <b>E</b> ntrepreneurship; международная конференция по туризму и предпринимательству
Misce-туризм	Сокращение от <b>M</b> eetings, <b>I</b> ncentives, <b>C</b> onferences, <b>E</b> xhibitions; область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий
MFF	Сокращение от <b>M</b> ultiannual <b>F</b> inancial <b>F</b> ramework; многолетняя финансовая основа, регулирующая годовой бюджет ЕС
NRRP	Сокращение от <b>N</b> ational <b>R</b> ecovery and <b>R</b> esilience <b>P</b> lan; национальный план восстановления и устойчивости
PATA	Сокращение от <b>P</b> acific <b>A</b> sia <b>T</b> ravel <b>A</b> ssociation; Азиатско-тихоокеанская туристическая ассоциация
RRF	Сокращение от <b>R</b> ecovery and <b>R</b> esilience <b>F</b> acility; фонд восстановления и устойчивости, созданный Европейской Комиссией, с целью смягчения социально-экономических последствий пандемии коронавируса
Serverat	Межведомственный проект Швеции для поддержки туристических предприятий и их административных обязанностей путем разработки руководящих указаний
TTCI	Сокращение от <b>T</b> he <b>T</b> ravel and <b>T</b> ourism <b>C</b> ompetitiveness <b>I</b> ndex; индекс туристской конкурентоспособности
VR	Сокращение от <b>V</b> irtual <b>R</b> eality, что переводится как «Виртуальная реальность»
WEF	Сокращение от <b>W</b> orld <b>E</b> conomic <b>F</b> orum; Всемирный экономический форум
WTTC	Сокращение от <b>W</b> orld <b>T</b> ourism & <b>T</b> ravel <b>C</b> ouncil; Всемирный совет по туризму и путешествиям
3S- туризм	Вид туризма, основанный на трех компонентах: море, солнце, пляж

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 81 с., 4 рис., 4 граф., 10 табл., 54 ист., 4 прил.

**Ключевые слова:** ПОСТКОВИДНОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИЗМА, ТУРИЗМ В ЕВРОПЕЙСКОМ ТУРИСТСКОМ МАКРОРЕГИОНЕ, СТРАТЕГИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ, ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

**Объект исследования:** туристский рынок Европейского макрорегиона

**Предмет исследования:** влияние пандемии COVID-19 на туристский рынок Европейского макрорегиона

**Цель исследования:** проанализировать развитие национальных туристских рынков Европейского макрорегиона в период во время и после пандемии COVID-19 и оценить ключевые преимущества, способствующие дальнейшему развитию туризма в постковидный период.

**Методы исследования:** описание, изучение и системный анализ источников, анализ статистических данных, систематизация и логическое обобщение фактического материала, сравнительный анализ с дальнейшим выявлением общих и отличительных черт

**Полученные результаты и их новизна:** проанализированы основные факторы, влияющие на развитие туризма в Европейском туристском макрорегионе; выявлены современные тенденции в туризме (с учетом пандемии COVID-19); проанализировано восстановление туристских потоков в Европейском туристском макрорегионе. В ходе исследования были разработаны рекомендации по преодолению последствий пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе и предложены мероприятия, направленные на развитие национального туристского рынка Беларуси

**Область возможного практического применения:** использование материалов, полученных в результате исследования, в учебных целях, а также Национальным туркомпаниям для выработки Стратегии развития международного сотрудничества в сфере туризма.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 81 с., 4 мал., 4 граф., 10 табл., 54 крыніцы, 4 дад.

**Ключавыя словы:** ПАСЛЯКАВІДНАЕ УЗНАЎЛЕННЕ ТУРЫЗМУ, ТУРЫЗМ У ЕЎРАПЕЙСКІМ ТУРЫСЦКІМ МАКРАРЕГІЁНЕ, СТРАТЭГІИ УЗНАЎЛЕННЯ ТУРЫЗМУ ПАСЛЯ ПАНДЭМІ, РЭКАМЕНДАЦЫІ ПА УЗНАЎЛЕННІ ТУРЫЗМУ ПАСЛЯ ПАНДЭМІ, ТЭНДЭНЦЫІ У РАЗВІЦЦІ ТУРЫЗМУ Ё ПЕРЫЯД ПАНДЭМІ COVID-19

**Аб'ект даследавання:** турыстычны рынак Еўрапейскага турысцкага макрарэгіёну

**Прадмет даследавання:** уплыў пандэміі COVID-19 на турысцкі рынак Еўрапейскага макрарэгіёну

**Мэта даследавання:** прааналізаваць развіцце нацыянальных турысцкіх рынкаў Еўрапейскага макрарэгіёну ў перыяд у час і пасля пандэміі COVID-19 і ацаніць ключавыя перавагі, якія спрыяюць далейшаму развіццю турызму ў паслякавідны перыяд

**Метады даследавання:** апісанне, вывучэнне і сістэмны аналіз крыніц, аналіз статэстычных даных, сістэматызацыя і лагічнае абагульненне фактычнага матэрыялу, параўнальны аналіз з далейшым вызначэннем агульных і адметных рыс

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** прааналізаваны асноўныя фактары, якія ўплываюць на развіцце турызму ў Еўрапейскім турысцкім макрарэгіёне; вылучаны сучасныя тэндэнцыі ў турызме (з ўлікам пандэміі COVID-19); прааналізавана ўзнаўленне турысцкіх патокаў у Еўрапейскім турысцкім макрарэгіёне. У ходзе даследавання былі распрацаваны рэкамендацыі па пераадоўванню вынікаў пандэміі COVID-19 у Еўрапейскім турысцкім макрарэгіёне і прапанаваны мерапрыемствы, накіраваныя на развіццё нацыянальнага турысцкага рынку Беларусі

**Сфера магчымага практычнага прымянення:** выкарыстанне матэрыялаў, атрыманых у выніку даследавання, у навучальных мэтах, а таксама Нацыянальным туркампаніям для выпрацоўкі Стратэгіі развіцця міжнароднага супрацоўніцтва ў сферы турызму.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## ABSTRACT

Degree paper: 81 p., 4 ill., 4 graphs, 10 tab., 54 sources, 4 app.

**Key words:** POSTCOVID TOURISM RECOVERY, TOURISM IN THE EUROPEAN TOURISM MACROREGION, STRATEGIES FOR TOURISM RECOVERY AFTER A PANDEMIC, RECOMMENDATIONS FOR TOURISM RECOVERY AFTER A PANDEMIC, TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT DURING THE COVID-19 PANDEMIC

**Object of research:** tourism market of the European macroregion

**Subject of the study:** the impact of the COVID-19 pandemic on the tourist market of the European macroregion

**Purpose of research:** to analyze the development of national tourism markets in the European macroregion during and after the COVID-19 pandemic and to assess the key advantages contributing to the further development of tourism in the post-COVID period

**Research Methods:** description, study and system analysis of sources, analysis of statistical data, systematization and logical generalization of factual material, comparative analysis with further identification of common and distinctive features

**Obtained results and their novelty:** the main factors influencing the development of tourism in the European tourist macroregion are analyzed; current trends in tourism are identified (taking into account the COVID-19 pandemic); the restoration of tourist flows in the European tourist macroregion is analyzed. The study developed recommendations for overcoming the consequences of the COVID-19 pandemic in the European Tourism Macro-region and proposed measures aimed at developing the national tourism market of Belarus

**Area of possible practical application:** the outcomes can be used for educational purposes and by National travel companies for the elaboration of a Strategy for the development of international cooperation in the field of tourism.

The author of the work confirms that computational and analytical materials presented are correct and objectively reproduce the framework of the competitiveness analysis, and the use of the theoretical, methodological and methodical positions and concepts is fully referenced.



## ВВЕДЕНИЕ

Международный туризм играет важную роль для экономики всего Европейского макрорегиона. Туристский сектор оказывает влияние на экономическое, социальное и культурное развитие стран. Во многих дестинациях туризм – это стратегическая основа ВВП. Для стран ЕС туризм является четвертой по величине экспортной категорией, а для средиземноморских стран Европейского туристского макрорегиона, не входящих в ЕС, одним из главных источников дохода.

Туризм взаимосвязан с остальными отраслями промышленности и приносит дополнительные выгоды европейской экономике в целом, но также зависит от внешних и внутренних факторов и первым реагирует на их изменение. Индустрия туризма была одним из первых секторов, пострадавших от пандемии COVID-19. Появление вируса затронуло все секторы экономики. С конца декабря 2019 года появление пандемии COVID-19 привело к беспрецедентным глобальным кризисам в области здравоохранения, социальным чрезвычайным ситуациям и глубоким негативным последствиям для мировой экономики. Пандемия оказала серьезное влияние на путешествия и туризм, приведя к финансовым потерям почти в 4,5 трлн долларов США и потере более 62 млн рабочих мест [56].

Европейский туристский макрорегион является одним из основных вкладчиков в мировую индустрию туризма. Каждая вторая поездка с целью путешествия принадлежит странам ЕС, что составляет 50 % мирового туризма, а выездной туризм из европейских стран составляет почти 48 % от всего объема выездных поездок и туристской деятельности в мире [15]. Пандемия COVID-19 оказала сильное воздействие на туристский сектор стран, что привело к значительным изменениям и негативным последствиям. Однако индустрия туризма динамична и находится в постоянном развитии, приспосабливаясь к любым изменениям и предложениям. Поэтому **актуальность данной работы** заключается в изучении дальнейших путей развития туризма в странах Европейского туристского макрорегиона с учетом воздействия пандемии COVID-19.

В данной работе исследуется подробное влияние пандемии COVID-19 на национальные туристские рынки стран Европейского туристского макрорегиона, принятые меры по его восстановлению на национальном и международном уровнях, а также развитие новых тенденций, которые могут способствовать рестарту индустрии туризма допандемийного уровня.

**Цель работы** заключается в анализе развития национальных туристских рынков Европейского макрорегиона в период, во время и после пандемии

COVID-19 и оценке ключевых преимуществ, способствующих дальнейшему развитию туризма в постковидный период.

В соответствии с целью работы определены следующие задачи:

- проанализировать основные факторы, влияющие на развитие туризма в Европейском макрорегионе;
- выявить современные тенденции (с учетом пандемии COVID-19), влияющие на развитие туризма в Европейском туристском макрорегионе;
- рассмотреть особенности развития туризма в Испании, как одной из страны Европейского туристского макрорегиона, на которую пандемия COVID-19 оказала большее влияние;
- рассмотреть стратегии национальных правительств и международных организаций в борьбе с кризисом, вызванным пандемией COVID-19;
- проанализировать восстановление туристских потоков в Европейском туристском макрорегионе;
- разработать рекомендации по преодолению последствий пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе при разработке возможных мероприятий, направленных на развитие национального туристского рынка Беларуси.

**Объект исследования** – туристская индустрия Европейского макрорегиона.

**Предмет исследования** – влияние пандемии COVID-19 на туристский рынок Европейского макрорегиона.

Исследование состоит из 3-х глав, каждая из которых включает в себя несколько частей. В первой главе был представлен анализ развития туризма во время пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе на примере Испании и обзор современных тенденций развития туризма в данном регионе. Вторая глава представляет изучение основных мероприятий, принятых правительствами стран Европейского туристского макрорегиона на национальном уровне, а также предпринятые меры международных организаций по борьбе с пандемией COVID-19. Третья глава посвящена анализу восстановления туристских потоков в Европейском туристском макрорегионе, дальнейшему развитию туризма в данных странах, а также предлагаются пути восстановления туристского рынка Беларуси с учетом их положительного опыта преодоления последствий пандемии COVID-19 в Испании и развитии новых тенденций в туризме.

**В методологической основе** дипломной работы лежат следующие методы: описание, изучение и системный анализ источников, анализ статистических данных, систематизация и логическое обобщение фактического материала, сравнительный анализ с дальнейшим выявлением общих и отличительных черт.

В процессе подготовки и написания работы были использованы источники, которые можно разделить на следующие группы:

1. Научные статьи белорусских и зарубежных авторов [2, 35];
2. Статистические издания и материалы официальных национальных источников Испании и других стран Европейского туристского макрорегиона [17, 38, 43, 48, 49];
3. Доклады, отчеты и публикации международных организаций (ЮНВТО, ВЭФ, ОЭСР, ООН, ИАТА, МОТ, ВОЗ, Всемирный банк, Всемирный совет по туризму и путешествиям) [8, 13, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 36, 37, 41, 42, 45, 46, 47, 51, 53, 54];
4. Белорусские статистические издания, законодательные акты и указы [4, 6, 7, 10, 11];
5. Исследования международных компаний и научных институтов [15, 21, 22, 30, 34, 40, 44];
6. Новостные материалы и интервью [1, 3, 5, 9, 12, 14, 29, 39, 50, 52].

# ГЛАВА 1

## ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕКТОР

### 1.1 Современные тенденции развития туризма Европейского туристского макрорегиона

Туризм играет важную роль для экономики всего Европейского макрорегиона. Являясь четвертой по величине экспортной категорией ЕС и одним из главных источников дохода для средиземноморских стран, не входящих в ЕС, туризм взаимосвязан с остальными отраслями промышленности и приносит дополнительные выгоды европейской экономике в целом. Пандемия, вызванная COVID-19, оказала сильное воздействие на индустрию туризма, что привело к значительным изменениям и негативным последствиям. Однако сектор туризма динамичен, он постоянно развивается и приспосабливается к любым изменениям и предложениям. Поэтому в туристическом секторе постоянно формируются новые тенденции и тренды. Для анализа туристских тенденций были рассмотрены Доклады Европейской Комиссии, Евростата, ОЭСР и национальные туристические порталы стран Европейского туристского макрорегиона. Так как источники основаны на статистических данных стран Европейского туристского макрорегиона, это позволяет проследить ключевые направления и основные модели развития туризма, а также можно рассмотреть тенденции, которые возникли во время пандемии, развиваются после и начали свое развитие еще до начала пандемии COVID-19.

Тенденция – это формирующаяся модель изменений, которая может повлиять на большие социальные группы и может потребовать действий и реагирования. Тенденции могут быть формирующимися, созревающими, близкими к пику или достигшими пика, а также слабыми, средними или сильными [35].

Мегатренды, мегатенденции – это всеобъемлющие изменения, которые могут повлиять на различные области в течение следующих 10-15 лет, оказывая влияние на широкий спектр видов деятельности в различных секторах и являясь основополагающими силами, определяющими другие тенденции [35]. Примерами мегатенденций являются демография, рост среднего класса, изменение климата, технический прогресс и инновации.

Тенденции обычно взаимосвязаны, причем одни по-разному влияют на другие. Следовательно, тенденции следует рассматривать не индивидуально, а

более системно. Они также классифицируются на основе их стадии, масштаба или территориального воздействия.

Тенденции также могут быть экзогенными или эндогенными, как показано в Приложении А. Разработка туристской политики не может повлиять на внешние тенденции, в то время как эндогенные тенденции могут. Существуют политические, экономические, экологические, социальные и технологические экзогенные и эндогенные тенденции, которые могут по-разному влиять на территории и людей. Изменение климата, утрата биоразнообразия, старение населения, 4-я промышленная революция, экономика сотрудничества, большие данные, рост глобальных инвестиций, электронное управление и неонационализм - вот лишь некоторые из тенденций, которые могут повлиять на глобальные территории и территории Европейского туристского макрорегиона.

В таблице 1.1 указаны основные тенденции Европейского туристского макрорегиона. Пандемия COVID-19 главным образом повлияла на туристский сектор стран, тем самым создав новые условия для развития туризма, а, следовательно, внесла новые тренды, к которым стремятся дестинации.

**Таблица 1.1 – Современные тенденции в Европейском туристском макрорегионе**

<b>Тенденции до пандемии COVID-19</b>	<b>Тенденции во время пандемии COVID-19</b>	<b>Новые тенденции с учетом пандемии COVID-19</b>	<b>Временные тенденции, вызванные пандемией COVID-19</b>
Изменение климата и утрата биоразнообразия	Безопасное и беспрепятственное путешествие	Виртуальная и дополненная реальность	Краткосрочное бронирование
Старение и миграция	Устойчивое государственное управление и менеджмент дестинаций	Умный туризм	Уменьшение овертуризма
Внедрение новых технологий в турсферу	Региональный и сельский туризм	Внутренний туризм	Поездки в соседние страны
Овертуризм	Разработка туристского продукта		Меньшее количество поездок в группах
Рост круизного туризма	Устойчивый и ответственный туризм		Спрос на жилье, отличное от отелей

Окончание таблицы 1.1.

Авиа и транспортные перевозки			Сокращение МІСЕ-туризма
-------------------------------	--	--	-------------------------

Примечание: составлено автором на основе [35], [26], [32].

Таким образом, можно проследить, что тенденция изменения климата набирала обороты ещё до пандемии COVID-19, а период кризиса только усилил её, сделав устойчивый и ответственный туризм неотъемлемой моделью развития туристского сектора. Кроме того, такие тенденции, как овертуризм, групповые путешествия, а также поездки за границу во время пандемии снизились, им на смену пришли тенденции регионального и внутреннего туризма, а также диверсификации туристского продукта с элементами VR и AR.

До пандемии COVID-19 главными тенденциями, влияющие на туристические направления и отрасль в целом Европейского макрорегиона, были и остаются следующие:

1. **Изменение климата и утрата биоразнообразия.** Изменение климата влияет на перспективы развития и туризм в ближайшие десятилетия. Утрата биоразнообразия, а также загрязнение суши и моря становятся все более актуальными. Что касается туризма, то более экстремальные погодные явления (штормы, наводнения и аномальная жара), а также изменения температуры (уменьшение количества снега в зонах катания на лыжах) создадут новые проблемы для направлений и могут повлиять на предпочтения людей в путешествиях. Кроме того, изменение ценностей может сместить предпочтения и выбор в пользу путешествий в сторону более устойчивых туристических предложений.

2. **Старение и миграция.** Демографические изменения, связанные со старением, а также внутриевропейской миграцией, будут продолжаться независимо от пандемии. В течение еще нескольких лет население Европы будет расти, а затем сокращаться, причем старение компенсируется миграцией, а не естественным приростом населения [26]. Например, ожидается, что население стран ЕС сократится с 447,6 миллиона человек в 2020 году до 441,2 миллиона в 2050 году, а средний возраст, как ожидается, увеличится с 43,9 года до 48,2 года. Это означает, что к 2050 году на каждого человека в возрасте 65 лет и старше будет приходиться менее двух человек трудоспособного возраста [35]. Такая демографическая оценка повлияет на сектор туризма как из-за необходимости адаптации к возрастающей целевой группе, так и из-за риска увеличения нехватки рабочей силы в секторе гостеприимства.

3. **Новые технологии.** Технологический прогресс является движущей силой экономических и социальных изменений, которые оказывает влияние на развитие любого региона. Методы работы, социальная вовлеченность, а также системы промышленности, здравоохранения и образования будут преобразованы [35]. Это серьезно повлияет на территориальное развитие и изменит туризм.

Растущая цифровизация в секторе туризма, включая компьютеры, искусственный интеллект и роботов, заменяющих некоторые вещи в секторе гостеприимства, являются лишь первыми шагами, изучающими, как новые и появляющиеся технологии могут изменить впечатления от путешествий и индустрию гостеприимства.

Стоит также выделить тенденции, которые имели важное значение и находились на пиковом уровне, но были приостановлены или замедлены из-за пандемии COVID-19 и связанных с ней мер. Это массовый или овертуризм, рост круизного туризма, большое количество международных авиа и других транспортных перевозок и др.

В дополнение к тенденциям и мегатенденциям, wildcards (непредсказуемые события, дословно «дикие карты») могут неожиданным образом повлиять на будущее.

Wildcards (рус. «дикие карты») - это неожиданные и непредсказуемые события, которые могут привести к значительным последствиям и существенно изменить будущее [35]. Wildcards взаимодействуют с тенденциями и могут нарушать, ускорять, замедлять или приостанавливать их. Недавняя Wildcard – это пандемия COVID-19, которая имеет огромные социальные и экономические последствия, оказывая существенное влияние на туризм.

На данный момент с учетом борьбы с пандемией COVID-19 выделяется несколько тенденций, указанных в таблице 1.2.

**Таблица 1.2 – Тенденции с учетом пандемии COVID-19 и их характеристика**

<b>Тенденция</b>	<b>Характеристика</b>
Безопасное и беспрепятственное путешествие	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внешняя и внутренняя связь</li> <li>- Обеспечение устойчивого роста за счет более эффективного обслуживания путешественников.</li> <li>- Повышение безопасности путешественников</li> <li>- Повышение устойчивости за счет управления потоками посетителей и продвижения альтернативных способов передвижения</li> <li>- Путешествие на автомобиле/фургоне (вместо воздушного, железнодорожного, автобусного)</li> </ul>

Окончание таблицы 1.2.

Устойчивое государственное управление и менеджмент дестинаций	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Мобилизация цифровых решений для более эффективного управления</li> <li>- Перспективные маркетинговые стратегии</li> <li>- Использование искусственного интеллекта и больших данных в маркетинге и продвижении</li> <li>- Использование дополненной реальности/виртуальной реальности (AR/VR)</li> <li>- Достоверная информация о здоровье и безопасности в местах расположения и на объектах</li> <li>- Блокчейн решения</li> <li>- повышение спроса на местную и региональную продукцию.</li> </ul>
Устойчивый и ответственный туризм	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Меньшее использование туристами ресурсов (земли, воды, энергии)</li> <li>- Подходы к круговой экономике для сокращения отходов</li> <li>- Стандарты устойчивого развития в туризме</li> <li>- Сокращение выбросов CO2 за счет низкоуглеродного транспорта для отдыха и бизнеса</li> <li>- Скоростные и ночные поезда как альтернатива воздушным перевозкам</li> </ul>
Региональное и сельское развитие	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Туризм как источник занятости</li> <li>- Безопасные и справедливые условия труда</li> <li>- Туризм как инклюзивный вид деятельности</li> <li>- Использование связи с другими секторами (розничная торговля, производство продуктов питания, рыболовство, биоэкономика и т.д.)</li> </ul>
Разработка туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Предложения, учитывающие любую возрастную категорию</li> <li>- Туризм класса люкс (реагирование на проблемы охраны здоровья и безопасности)</li> <li>- Тематические продукты и маршруты</li> <li>- Непиковые и менее сезонно зависимые продукты</li> <li>- Стандарты качества продукции</li> <li>- Дальнейшее развитие конкретных рынков и продуктов с высокой добавленной стоимостью (оздоровительный туризм, MICE)</li> </ul>

Примечание: составлено на основе [32], [35].

Как можно заметить, некоторые новые тенденции напрямую связаны с мегатенденциями в области технологий и окружающей среды, а точнее, новыми цифровыми технологиями, устойчивостью и диверсификацией туристских продуктов. Можно назвать несколько примеров успешного внедрения тенденций и новых технологий в развитие туризма в Европейском макрорегионе. Например, Болгария создала Интегрированную Туристическую информационную систему, электронную базу данных с информацией о государственных и частных заинтересованных сторонах, таких как туроператоры, поставщики жилья, торговые ассоциации и другие, что обеспечивает безопасную платформу для обмена информацией, передачи данных, мониторинга, сравнительного анализа и лучшего



принятия решений. Швеция разработала межведомственный проект под названием «Serverat» для поддержки туристических предприятий и их административных обязанностей путем разработки руководящих указаний. В туристических центрах, расположенных на Альпах (в Швейцарии, Германии, Италии, Франции и Австрии), благодаря инновациям и технологиям были предложены более разнообразные товары, услуги и доступ к информации, который оказал достаточное высокое влияние на ожидания потребителей в ответ [32].

Пандемия привела к сдвигу в технологическом прогрессе в сторону «умного туризма» (который включает 4 аспекта: устойчивость, доступность, цифровизация, а также культурное наследие), ускорению перехода к цифровым технологиям и освещению изменения климата. Кроме того, цифровизация обеспечивает более легкий доступ к информации, позволяя путешественникам адаптировать свои поездки во время пандемии, а также обеспечивает большую гибкость при бронировании. Эта тенденция может ускориться при увеличении инвестиций в автоматизированные услуги, роботов доставки, бесконтактные технологии и т.д. Однако возможно возникновение новой проблемы: районы или целые страны с высокими инвестициями в цифровизацию, могут значительно продвинуться вперед по сравнению с районами, где внедрение цифровых решений может быть более сложным. Такое цифровое неравенство может препятствовать притоку туристов, а также инвестициям в цифровую инфраструктуру и цифровые навыки в сфере туристического предложения [27].

Развитие цифровых технологий подразумевает потребность в навыках и потенциале поставщиков туристических услуг. Инвестирование в цифровые навыки людей - еще одна сильная развивающаяся тенденция, поскольку предложения на рынке туристических услуг постоянно изменяются. Повышение квалификации также будет особенно необходимо в местах с низким уровнем цифровых знаний, где требуется дополнительная подготовка. Развитие цифровых навыков также в значительной степени связано с трудоустройством, предоставляя больше возможностей тем сотрудникам, у которых они есть, но в тот же момент лишая данной возможности тех, у кого нет профессиональной подготовки.

Еще одной новой тенденцией, связанной с технологическими достижениями, является виртуальная и дополненная реальность. Адаптируясь к меняющимся временам, опыт виртуальной реальности может быть предложен в качестве замены путешествий. Так многие страны предложили виртуальные походы в музей, показы различных выставок, чтобы взаимодействовать с будущими туристами до тех пор, пока не будут сняты ограничения на поездки. Так, например, Англия разработала приложения дополненной и виртуальной реальности в Бате и Бристоле для экскурсий в римские бани. Мальта также разработала персонализированную туристическую информацию с помощью виртуальной ре-

альности, чтобы быть более инновационной и привлекательной. Финляндия в свою очередь инвестировала в развитие навыков для виртуальных сервисов [35]. Этот вид туризма возрос во время пандемии, однако неизвестно продолжит ли он набирать популярность в дальнейшем. Это так называемая временная тенденция, которая актуальна лишь на определенный промежуток времени при определенных условиях, например, при ограничительных мерах, вызванных пандемией.

Существует еще несколько временных тенденций, связанных с пандемией COVID-19, например, рост внутреннего туризма. В связи с ограничениями на поездки и неопределенностью, вызванными пандемией, внутренний туризм увеличился во многих областях Европы. Это рассматривается как временная тенденция, значение которой в краткосрочной и долгосрочной перспективе снижается. Тем не менее, ожидается, что он не исчезнет даже в 10-летней перспективе [35]. Однако стоит отметить, что тенденция является временной только для местности, где лидирующим является 3s-туризм (sun, sea, sand - солнце, море, песок).

Другие временные тенденции включают краткосрочное бронирование, меньшее количество деловых поездок, растущий спрос на жилье, отличное от отелей, меньшее количество поездок в группах, увеличение поездок в соседние страны, уменьшение овертуризма и др.

Что касается МТСЕ-туризма и деловых поездок, то ожидается, что данный вид туризма не восстановится в полной мере. Независимо от привлекательности традиционных мероприятий, экспоненты и организации могут использовать экономически эффективные виртуальные мероприятия и конференции для охвата более широкой аудитории без необходимости путешествовать. Это также может привести к сокращению МТСЕ-туризма в долгосрочной перспективе.

Таким образом, пандемия COVID-19 выделила несколько основных взаимосвязанных между собой тенденций, которые в краткосрочной и долгосрочной перспективе будут определять развитие туризма в Европейском макрорегионе. Ими являются: повышение внимания к безопасности и экологичности туризма, более широкое использование цифровых средств управления и информации, возрастающая потребность в цифровых навыках, увеличение эффективности и значимости устойчивого туризма, а также защиты окружающей среды, изменение подхода в организации развития регионального и сельского туризма, ускорение разработки и внедрения новых туристских продуктов. Стоит отметить, что пандемия COVID-19 повлияла на все доминирующие тенденции в Европейском макрорегионе, но сектор туризма уже был на пути к цифровому и более устойчивому переходу.

## 1.2 Влияние COVID-19 на страны европейского макрорегиона на примере Испании

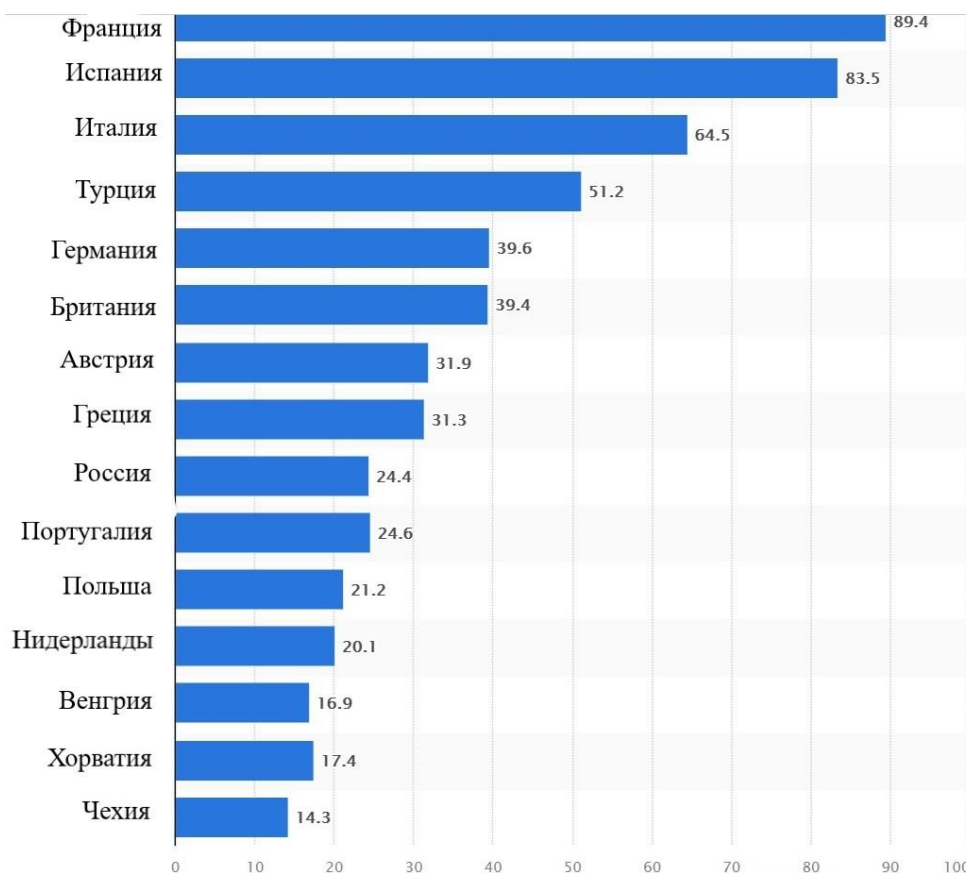
Туризм способствует развитию разных отраслей народного хозяйства, начиная от авиации и других транспортных компаний, заканчивая сельским хозяйством. Туристический сектор потребляет блага почти всех промышленных отраслей. Размещение, транспортные услуги, туристические операторы, каналы распределения и многие другие отрасли есть цепочка создания стоимости в туризме.

Пандемия COVID-19, несомненно, оставила глубокий след в экономике стран. Индустрия туризма была одним из первых реальных секторов, пострадавших от COVID-19. Кризис затронул все аспекты отрасли и продемонстрировал слабое место в сложной цепочке создания стоимости в секторе. С 2008 года глобальные доходы от путешествий и туризма почти утроились, и в настоящее время этот сектор составляет 10,4 % мирового валового внутреннего продукта (ВВП). Каждый десятый человек во всем мире работает в сфере туризма. Европейский регион является одним из самых крупных вкладчиков в мировую индустрию путешествий и туризма. Каждая вторая поездка с целью путешествия принадлежит странам ЕС, что составляет 50 % мирового туризма. А также выездной туризм из европейских стран составляет почти 48 % от всего объема выездных поездок и туристической деятельности в мире [15]. Индустрия туризма является одним из основных компонентов глобальной индустрии услуг. Путешествия и туризм вносят существенный вклад в бизнес-операции и, в конечном счете, вносят вклад в мировую экономику. Сектор путешествий и туризма является экономическим драйвером для местного ВВП страны назначения.

Франция, Испания и Италия являются европейскими странами с наибольшим количеством международных туристских прибытий в 2019 году (график 1.1). По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2018 году Франция привлекла примерно 89,4 млн туристов, что делает ее лидером по количеству международных туристских прибытий. Между тем, предварительные данные за 2019 год показывают, что Испания заняла второе место в Европе с примерно 83,5 млн международных прибытий, в то время как Италия заняла третье место, зарегистрировав около 64,5 млн въездных прибытий в 2019 году [15].

Франция и Испания – страны, которые являются главными дестинациями для путешествий в Европе с точки зрения прибытий, также входят в число ведущих стран по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ - линейный коэффициент корреляции Пирсона), который применяется для оценки конкурентоспособности туристской отрасли страны. И Франция, и Ис-

пания вместе с Германией заняли первое место с показателем ТТСИ 5,4 в 2019 году [15].



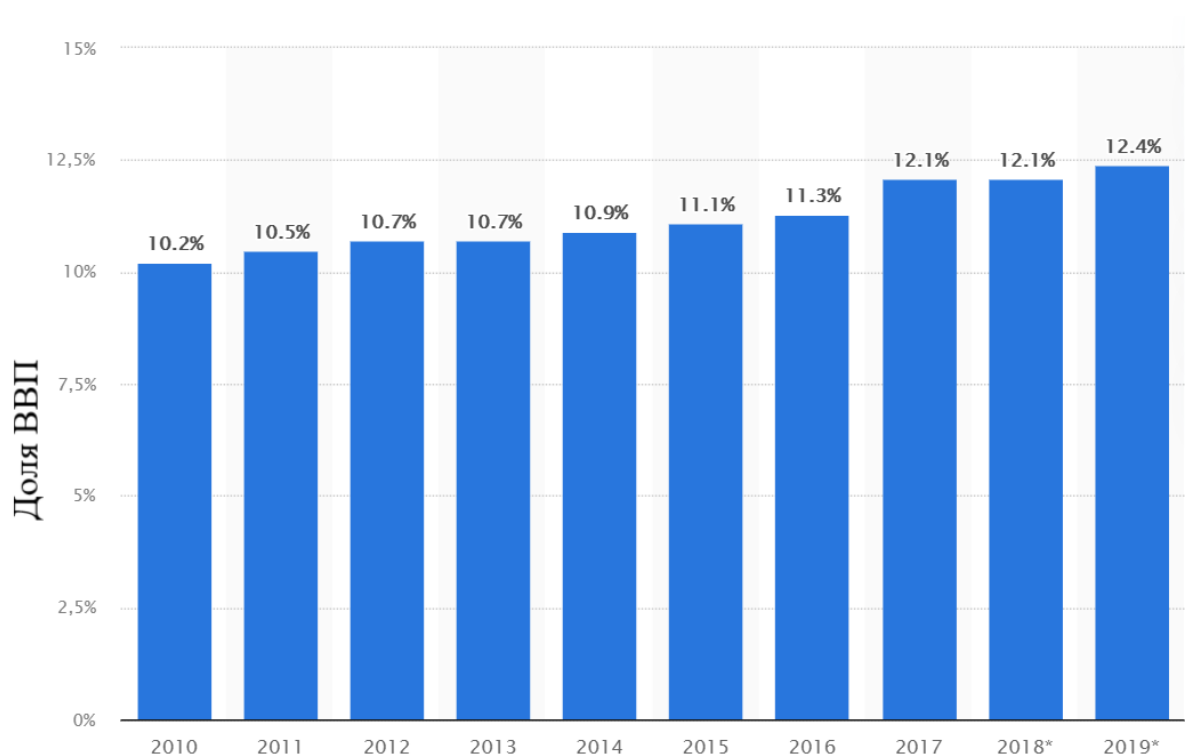
**График 1.1 – Рейтинг стран Европейского макрорегиона по статье прибытий (млн человек) в 2019 году [15]**

Хоть 2019 год показал, что Франция является самой популярной страной с точки зрения туристских пребываний, пандемия COVID-19 оказало большее влияние на Испанию, которая главным образом зависит от сектора туризма, так как он составляет почти 15 % ВВП страны.

Индустрия туризма является ключевым сектором экономики Испании, и пандемия оказала серьезное влияние на уровень экономической активности в стране. Согласно данным национального статистического комитета (INE), отрасль генерирует 12,4% ВВП Испании и 12,7% занятости [25].

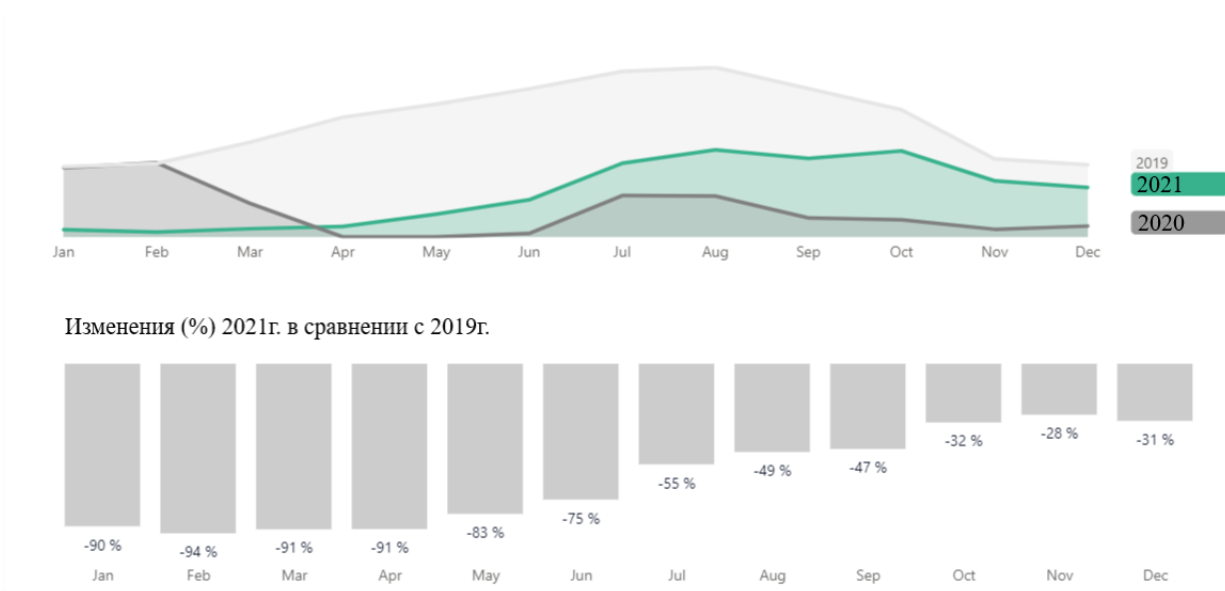
В течение последнего десятилетия в туристическом секторе Испании наблюдался умеренный, но устойчивый рост его вклада в экономику страны (График 1.2). На данной диаграмме представлена доля туризма в ВВП Испании с 2010 по 2019 года. В 2019 году вклад этого сектора в ВВП Испании достиг 12,4%, что являлось наивысшим результатом в сравнении с предыдущими го-

дами. В том же году в стране было более 2,7 миллиона рабочих мест в сфере туризма. Огромное значение туризма для экономики Испании является результатом его высокой конкурентоспособности и устойчивости. И поэтому в 2020 году ВВП страны упало почти на 20% [25]. В период с апреля 2020 года по март 2021 года ВВП Испании потерял более 110 млрд евро в виде поступлений из сектора туризма. Между тем, более 840 тысяч рабочих мест в сфере туризма были приостановлены или отменены, что составляет около 30 % от общей занятости в сфере туризма в стране в 2019 году [15].



**График 1.2 – Вклад туризма в ВВП Испании с 2010 по 2019 гг. [15]**

Главными туристическими регионами Испании являются Каталония, Мадрид и Канарские острова. В 2020 году темпы роста международного туризма в регионах сократились на 80%, 77.6% и 71.2% соответственно. В результате чего по данным ЮНВТО годовые темпы роста доходов от туризма сократились на 61 % [27].



**Рисунок 1.3 – Международные туристские прибытия Испании с января по июль 2021 года [16]**

По данным ЮНВТО (рисунок 1.3) с января по август 2021 года в сравнении с 2019 годом туристские прибытия сократились на 63 % - это на 14% ниже, чем в 2020 году. В 2021 году больше всего прибытий пришлось на октябрь 2021 года – более 5 млн прибытий, но данное число все равно меньше, чем количество прибытий в 2019 году, что говорит о не полном восстановлении туризма после пандемии. Однако можно заметить, что туристические прибытия, начиная с октября значительно увеличиваются, это связано с послаблением карантинных мер на территории Испании.

С каждым днем испанское правительство формирует стратегии для восстановления сектора туризма. Они связаны с различными сферами деятельности (таблица 1.3). Данные меры предпринимаются на различных уровнях государственного правления.

**Таблица 1.3 – Стратегии в борьбе с COVID-19 и их выполнение**

Стратегия	Организации	Сфера деятельности
Поддержание компаний в сфере туризма	Европейская комиссия	Рынок труда
Политика стимулирования туризма	Правительство Испании	финансы
Снижение распространения инфекций	Региональные правительства	Правовое регулирование
	Городские власти	Поддержка платежей по арендной плате
	Туристические ассоциации	Общая поддержка сектора

Примечание: составлено на основе [17].

В данной таблице показаны различные предложения, которые реализуются в секторе туризма для поддержки выхода из кризиса, вызванного COVID-19. Эти инициативы направлены на поддержку туристических компаний, поощрение туризма и сокращение числа инфекций.

Институт качества испанского туризма (ICTE), по поручению Государственного секретаря по туризму, взял на себя координацию Национального проекта технических спецификаций для предотвращения COVID-19, который позволяет компаниям, испанским туристическим организациям и территориям, которые охватывают 21 подсектор, гарантировать туристам санитарные условия, которые сделают их пребывание в Испании безопасным.

Европейская комиссия подготовила план по восстановлению и устойчивому развитию экономики Испании. После кризиса, вызванного пандемией, данные меры являются ответом на насущную потребность в стимулировании активного восстановления и обеспечении готовности Испании к будущему. Реформы и инвестиции в план помогут Испании стать более устойчивой и лучше подготовленной к вызовам и возможностям перехода к зеленым и цифровым технологиям. С этой целью план состоит из 112 инвестиций и 102 реформ. 40 % плана будут поддерживать климатические цели, а 28% плана будут способствовать переходу на цифровые технологии [16]. Зеленая экономика и цифровой переход - главные рассматриваемые аспекты в данном плане. Что касается восстановления туризма в Испании, то был подготовлен план по оздоровлению туристов. Он основан на четырех пунктах: здоровье, поддержка, знания и продвижение. В рамках компонента «здоровье» правительство сотрудничает с частным сектором в разработке социально-санитарных норм для обеспечения того, чтобы туристические направления были безопасными, что необходимо как для восстановления внутреннего, так и международного туристического спроса. Компонент «поддержка» включает в себя новый пакет мер, разработанный совместно с другими правительственными министерствами (включая финансы, экономические вопросы и труд), для оказания финансовой, экономической и социальной поддержки туристическим предприятиям и работникам, а также направлениям, особенно пострадавшим от этого кризиса. Компонент «знания» фокусируется на совершенствовании модели знаний о туризме, улучшении обработки данных, создании новых показателей и разработке новых механизмов наблюдения. Продвижение предполагает разработку национальных и международных кампаний для активизации спроса в соответствующее время [42].

В дополнение к мерам, принимаемым основными органами, связанными с сектором туризма в целом и с индустрией гостеприимства, сами компании сек-

тора проводят ряд стратегий и инициатив, направленных на то, чтобы попытаться как можно скорее восстановить свою экономическую деятельность при соблюдении мер санитарной защиты, которые требуются или рекомендуются государственными туристическими и медицинскими учреждениями.

Что касается Европейского туристического макрорегиона, то ЮНВТО подготовила план на 2021-2024 годы, в котором говорится, что возврат международного туризма к уровню 2019 года будет возможен только после восстановления, на которое потребуется от 2,5 до 4 лет. Также благодаря открытию границ и внедрению вакцин от COVID-19 туризм начинает понемногу восстанавливаться, что способствует постепенной безопасной мобильности в Европе и других частях мира. Большее восстановление ожидается в 2022 году, который будет вызван высоким спросом, в основном во втором и третьем кварталах того же года. Полное восстановление ожидается в 2023 году. Однако считается, что только в 2024 году или позже количество международных прибытий вернется к уровню 2019 года [51].

Таким образом, Европейский туристский макрорегион приносит огромный вклад в мировую индустрию туризма. Каждая вторая поездка с целью путешествия принадлежит странам ЕС, что составляет 50 % мирового туризма. Поэтому влияние пандемии COVID-19 на Европейский туристский макрорегион оказалось сильным, и больше всего пострадали страны, которые полностью зависят от туризма. Так Испания потеряла более 60 % всех доходов от туризма за 2020 и 2021 годы, что привело к снижению ВВП страны, так как доля туризма в ВВП Испании составляет более 12%. Правительство Испании вместе с Европейской Комиссией уже подготовило ряд мер и стратегий по восстановлению сектора туризма в стране, однако полное восстановление туристической деятельности ожидается только в 2023 году.

Выводы по главе 1:

1. Проведенный в данной главе анализ показал, что пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на туристский сектор Европейского туристского макрорегиона. Из-за принятых правительством разных стран Европейского союза мер предосторожности в борьбе с COVID-19, больше всех пострадал сектор туризма.

2. На примере Испании было показано, что туризм имеет важное значение для стран Европейского макрорегиона, так как он влияет на развитие экономики в целом. Так Испания потеряла более 60 % всех доходов от туризма за 2020 и 2021 годы, что привело к снижению ВВП страны, так как доля туризма в ВВП Испании составляет более 12%.

3. Кризис, вызванный пандемией коронавируса, сформировал основные тенденции туристского сектора стран Европейского туристского макрореги-



она: повышение внимания к безопасности и экологичности туризма, более широкое использование цифровых средств управления и информации, возрастающая потребность в цифровых навыках, увеличение эффективности и значимости устойчивого туризма, а также защиты окружающей среды, изменение подхода в организации развития регионального и сельского туризма, ускорение разработки и внедрения новых туристских продуктов.

## **ГЛАВА 2**

# **МЕРОПРИЯТИЯ СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА**

### **2.1 Мероприятия национальных правительств по разрешению проблем в туристическом секторе в условиях пандемии**

Пандемия COVID-19 оказала сильное воздействие на экономическую ситуацию в мире, а также повлияла на занятость населения. Больше всех из-за ограничений пострадал сектор туризма, и его восстановление происходит достаточно медленно и требует времени. Однако правительства разных стран на региональном, национальном и международном уровнях пытаются найти меры по укреплению и поддержке туризма.

Большая часть стран Европейского макрорегиона входит в состав ЕС, что позволяет им иметь благоприятные торговые отношения, отсутствие таможенных и законодательных преград, единую границу и валюту, что главным образом способствует развитию туризма. А также страны имеют возможность решать различные экономические и другие проблемы совместными усилиями. Помимо того, что каждая страна пытается самостоятельно решить проблему в туристическом секторе, вызванную пандемией COVID-19, ЕС централизует данную проблему и общими усилиями находят решения и меры, которые благоприятно скажутся как на отдельных странах, так и на всем Европейском макрорегионе. ЕС играет важную роль в туристической политике, поддерживая и координируя действия, предпринимаемые членами-государствами.

Европейская комиссия определила текущую туристическую стратегию ЕС еще в 2010 году, где было выделено 4 приоритетных вопроса: стимулирование конкурентоспособности в туристическом секторе, содействие устойчивому, ответственному и высококачественному туризму, укрепление имиджа Европы и максимизация потенциала финансовой политики ЕС для развития туризма. С 2015 года и до начала пандемии COVID-19 Комиссия пересматривала приоритеты туризма в контексте более широких политических стратегий, но не переводила эти приоритеты в конкретный план действий по поддерживать их реализацию [37].

В октябре 2020 года Европейская комиссия была призвана разработать стратегию перехода к устойчивому, ответственному и умному туризму, в условиях таких проблем, как пандемия и изменение климата. И уже в мае 2021 года европейский Совет по туризму представил главные аспекты в стратегии дальнейшего развития туризма:

- Продвижение устойчивого и ответственного туризма;
- Улучшение транспортной доступности и связи в трансграничных, сельских, островных, периферийных и малонаселенных районах, а также в отдаленных регионах;
- Содействие устойчивому прибрежному и морскому туризму как части туристической экосистемы и концепции «голубой экономики»;
- Использование новых технологий, диджитализации, ИКТ и обмен данными для повышения эффективности туристического бизнеса, улучшения планирования развития туризма, а также обеспечения беспрепятственных путешествий, упрощения коммуникаций и комплексного развития туризма [37].

В соответствии с этими выводами, в июне 2021 года Европейская Комиссия инициировала действия по определению повестки дня в области туризма на 2030 год. Предложения предусматривают меры, адресованные Комиссии, государствам-членам, региональным властям и направлениям, для развития туристической экосистемы ЕС на 2030 год, которая будет более конкурентоспособной и устойчивой, посредством развития более экологичных направлений и услуг, диджитализации в туризме и т.д. [37]. В Приложении Б указаны основные мероприятия, которые ЕС предложила для развития туризма до 2030 года. К ним относятся: повышение способности ЕС справляться с изменениями, влияющие на поездки, повышение модернизированности туристской инфраструктуры, развитие трансграничного сотрудничества со всем Европейским макрорегионом, снижение уязвимости туризма, цифровизация процедур, поддержка туристских предприятий и переподготовка кадров для улучшения их работы в сфере туризма. Также в Приложении Б предложены инициативы по проведению мероприятий на уровне Комиссии, член-государств (далее ЧГ) и предприятий, занятых в сфере туризма и упомянут предположительный результат к 2030 году. Выполнение данных мероприятий приведут к улучшению работы сектора туризма в новых условиях, а также создадут большую привлекательность Европейскому макрорегиону в целом.

В Многолетней финансовой программе ЕС (MFF) нет специального бюджета для туризма. Несколько инициатив и программ ЕС могут обеспечить финансирование инвестиций в туризм. На период 2014-2020 гг. существует двенадцать программ, которые могут быть использованы для финансирования деятельности в сфере туризма, как под прямым, так и под совместным управлени-

ем. На период 2021–2027 годов это число увеличивается до 14 таких программ, в том числе созданных для смягчения последствий пандемии COVID. В Приложении В перечислены связанные с туризмом программы обоих периодов и дан обзор типов мероприятий, поддерживаемых каждой из них. Законодательная база Европейского регионального развития (ERDF) на 2021–2027 годы включает конкретную политическую цель, связанную с устойчивым туризмом. Помимо этой конкретной цели, устойчивый туризм может поддерживаться с помощью любой другой политической цели, если инвестиции способствуют достижению соответствующей цели и соответствуют применимым благоприятным условиям или требованиям.

ERDF обеспечивает основную часть финансовой поддержки ЕС для инвестиций, непосредственно связанных с туризмом: около 6,4 млрд евро в период 2007-2013 годов и около 4,3 млрд евро на данный момент в период 2014-2020 годов (таблица 2.1) [24].

**Таблица 2.1 – Распределение бюджета ERDF на туризм (2014-2020 гг.).**

Описание	Заявленная сумма (в миллионах евро)
Развитие и продвижение туристических активов в SMEs	561
Развитие и продвижение туристических услуг в SMEs или для них	1 140
Развитие и популяризация природных территорий	1 180
Защита, развитие и продвижение туристических активов	830
Развитие и продвижение общественных туристических услуг	546
Всего	4 257

Примечание: составлено на основе [24].

Таким образом, исходя из данных таблицы, можно заметить, что инвестиции в большей степени были направлены на развитие и продвижение туристических услуг, а также популяризацию природных территорий. Это связано с главными тенденциями в развитии туризма, в частности развития устойчивости, а также создания новых туристических продуктов.

Фонд восстановления и устойчивости (RRF) предоставляет государствам-членам возможность финансировать инвестиции и реформы, в том числе в секторе туризма, в рамках их национальных планов восстановления и устойчивости (NRRP). По состоянию на октябрь 2021 года 26 из 27 NRRP были представлены Комиссии, а 19 были приняты Советом. Доступное финансирование из RRF должно быть выделено до конца 2023 года. Комиссия должна представить отчет об оценке внедрения RRF к февралю 2024 года [24].

Например, NRRP Испании был одобрен Комиссией в июне 2021 года и впоследствии принят Советом в июле 2021 года; румынский NRP был одобрен Комиссией в сентябре 2021 года. Кроме того, Польша, Испания и Румыния

включили конкретную поддержку инвестиций в сектор туризма в свой проект NRRP (таблица 2.2).

**Таблица 2.2 – Поддержка туризма в планах восстановления членов-государств ЕС.**

<b>ЧГ</b>	<b>Поддержка туризма</b>	<b>Финансовый пакет</b>
Польша	Поддержка оказывается в рамках компонента «Обеспечение устойчивости экономики к кризисам, создание высококачественных рабочих мест»	500 млн евро
Испания	В рамках приоритета «модернизация и оцифровка экосистемы компаний» существует план модернизации и повышения конкурентоспособности туристического сектора.	3400 млн евро
Румыния	В рамках туристического и культурного «Социальная и территориальная сплоченность» оказывается поддержка для поощрения велосипедных, пешеходных и других немоторизованных видов транспорта и туризма, а также для реализации стратегии культурного туризма Румынии	449 млн евро

Примечание: составлено на основе [33].

Таким образом, в краткосрочной перспективе внутренние и региональные, короткие поездки будут преобладать в спросе на туризм, как только будут преодолены непосредственные последствия пандемии COVID-19. Что еще более важно, развитие туристического сектора ЕС сталкивается с серьезными среднесрочными и долгосрочными проблемами, связанными, в частности, с его зеленой трансформацией, цифровизацией и интеграцией новых технологий, а также конкурентоспособностью и устойчивостью. В связи с этим устойчивый туризм является одной из приоритетных концепций в развитии туризма. Он включает в себя баланс экологических, экономических и социально-культурных аспектов развития туризма, чтобы гарантировать устойчивость туризма в долгосрочной перспективе.

Каждое ЧГ разрабатывает свою собственную туристическую стратегию. В приложении Г перечислены существующие национальные стратегии в области туризма во всех государствах-членах ЕС. Ожидается, что ЕС и национальные стратегии совместимы и разрабатываются скоординировано.

**Таблица 2.3 – Ключевые аспекты стратегий развития туризма в Венгрии, Испании и Румынии.**

Венгрия	Стратегия – «Национальная стратегия развития туризма до 2030 года». Ее долгосрочная цель состоит в том, чтобы туризм стал ведущим сектором экономического роста в стране. Однако из-за пандемии COVID-19 стратегия в настоящее время пересматривается. Венгерские власти подчеркнули, что устойчивость, наряду с безопасностью и цифровизацией, будет иметь первостепенное значение в новой стратегии
Испания	Стратегия – испанский план туризма «Горизонт 2023», который со временем был частично пересмотрен, чтобы включить новые элементы и обновить различные действия и стратегические направления. В настоящее время разрабатывается новая Национальная стратегия устойчивого туризма на период до 2030 года. В нем будут рассмотрены последствия пандемии COVID-19 и определены стратегические ориентиры для политики в области туризма в Испании, проанализированы проблемы, с которыми столкнется туристический сектор в следующем десятилетии
Румыния	Разработан Генеральный план инвестиций в туризм, а также две национальные отраслевые стратегии: по экотуризму и по курортному туризму. Правительство работает над комплексной национальной стратегией в области туризма. Основная цель этой стратегии состоит в том, чтобы Румыния к 2030 году стала высококачественным туристическим направлением, сосредоточенным на ее уникальном культурном и природном наследии. Из-за проблем, связанных с пандемией COVID-19, эта работа на данный момент приостановлена.

Примечание: составлено автором на основе [24]

Таким образом, стратегии ЧГ в настоящее время пересматриваются, чтобы быть актуальными на период до 2030 года. Поскольку эта работа проводится каждым ЧГ независимо, существует риск того, что трансграничные аспекты туризма не будут должным образом рассмотрены. Тем временем Комиссия готовит повестку дня ЕС в области туризма на 2030 год.

В мае 2020 года, учитывая глубокое воздействие пандемии COVID-19 на сектор туризма, Комиссия опубликовала Сообщение, озаглавленное «Туризм и транспорт в 2020 году и в последующий период». В Сообщении содержались краткосрочные рекомендации по устранению воздействия COVID-19 на летний сезон 2020 года. Что касается перспективного аспекта, Комиссия предложила организовать Европейскую туристическую конвенцию, чтобы подумать о туризме завтрашнего дня и начать разработку Европейской повестки дня в области туризма на 2050 год [24].

В мае 2021 года Комиссия объявила о начале одного конкретного действия: «Совместное создание зеленого и цифрового пути перехода». Далее в июне 2021 года Комиссия опубликовала документ «Сценарии совместного создания пути перехода для туризма к более устойчивой, инновационной и устойчивой экосистеме», касающийся периода до 2030 года. Он также инициировал общественные консультации для определения наиболее подходящих действий для достижения этой цели [24].

В аналогичном ключе, Совет по конкурентоспособности, состоявшийся в мае 2021 года, предложил Комиссии и государствам-членам разработать Евро-

пейскую повестку дня в области туризма на 2030-2050 годы. Это должно осуществляться в сотрудничестве с соответствующими заинтересованными сторонами и решать ключевые стратегические задачи по обеспечению перехода туристической экосистемы к «зеленым» и цифровым технологиям и укреплению ее конкурентоспособности и устойчивости [24].

Члены-государства ЕС используют различные процедуры для оценки и отбора туристических проектов, представленных государственными органами для осуществления мероприятий по восстановлению туризма в условиях пандемии. Однако, в нескольких проектах можно заметить недостаточное начальное планирование и оценки потребностей, включая анализ спроса. Что в результате приводит к задержкам, перерасходу средств и изменениям в объеме проекта во время реализации проекта. Примером такого проекта стал испанский проект 2017 года по строительству 368 км трех велосипедных дорожек, одна из которых является частью маршрута Eurovelo 8 в испанской провинции Кадис. Проект был направлен на содействие развитию устойчивого туризма в регионе. Первоначальный бюджет составлял 13,1 млн евро, из которых 10,5 млн евро было выделено ЕС. В ходе реализации объем проекта был значительно сокращен до целевой протяженности 149 км из-за различных административных и технических проблем, непредвиденных на этапе планирования проекта. К марту 2021 года было введено в эксплуатацию всего два км велосипедных дорожек. Несмотря на сокращение масштабов, первоначальный бюджет был увеличен почти на 30% до 17,3 млн. евро, из которых 13,8 млн. евро предоставляет ЕС. Увеличение бюджета было обусловлено изменениями в деталях проектирования и строительства: изменениями, направленными на повышение прочности дорожек с целью минимизации их дальнейшего обслуживания или строительства более длинных дорожек, чтобы избежать дорог или водотоков. Проект, который первоначально планировалось завершить к концу 2020 года, теперь планируется завершить к июню 2023 года [24]. Здесь можно выделить главную проблему – недостаточный первоначальный анализ. Не были изучены полностью территориальные вопросы, также возникли значительные технические неполадки, которые можно было избежать при рассмотрении подробного анализа. Однако в ходе дальнейших работ и изменения проекта были найдены лучшие способы для его реализации, касающиеся качества дорог и их обслуживания, что потянуло за собой увеличение бюджета и продление срока.

С целью рассмотрения мероприятий по разрешению проблем в туристическом секторе в условиях пандемии COVID-19, принятых правительствами стран Европейского макрорегиона, которые не входят в ЕС, стоит уделить внимание таким странам, как Албания и Черногория. По статистическим данным ЮНВТО доля туризма в ВВП Албании составляет 25%, а Черногории – 16%

[15]. Данные страны являются одними из самых зависимых от туризма стран Европейского макрорегиона.

**Таблица 2.4 – Принятые правительствами Черногории и Албании меры, направленные на восстановление туристской сферы во время пандемии COVID-19.**

<b>Мероприятия</b>	<b>Черногория</b>	<b>Албания</b>
Стимулирование к увеличению занятости	Направлено на поддержку удержания работников за счет снижения ставки налога на рабочую силу. Были введены субсидии для новых сотрудников, набранных до 31.12.2021 года, освобождающие работодателя от уплаты подоходного налога и взносов на пенсионное страхование и страхование по инвалидности. Льготы будут распространяться на 90% налогов и взносов, уплаченных в 2021 году, 60% в 2022 году и 30% в 2023 году. Напротив, программы повышения квалификации или краткосрочные рабочие схемы для поддержки перехода на другую работу остаются менее развитыми.	Программа содействия занятости, ориентированная на лиц, потерявших работу из-за пандемии, включает 3 целевые схемы субсидирования заработной платы: минимальная заработанная плата, социальное страхование и лиц, находящихся в поиске работы.
Поддержка государственных и частных инвестиций, а также переход к "зеленым" и цифровым технологиям	Были выделены инвестиции в размере 1 млрд евро в области устойчивого развития. Переход на цифровые технологии потребовал государственных и частных инвестиций в размере 28,9 млн. евро. Они включают создание ИТ-кластера, центра поддержки электронной коммерции, инновационного центра AR и VR, а также создание Инновационного фонда Черногории.	Инвестиционные приоритеты не были переориентированы в связи с пандемией. Инвестиции в размере 1 млрд евро направлены на строительную активность, но в 2020 году оказали ограниченное влияние на другие секторы, такие как производство и туризм.

Окончание таблицы 2.4.

Поддержка платежеспособных предприятий	Государственный Фонд инвестиций и развития открыл специальные кредитные линии для повышения ликвидности микро-,	Было выделено 1% ВВП для поддержки предприятий и домаш-
--	---	---



	МСП и крупных компаний, работающих в секторах туризма и гостиничного бизнеса, транспорта, медицины и производства продуктов питания.	них хозяйств, субсидирующая заработную плату на уровне минимальной заработной платы, особенно в секторах, наиболее пострадавших от ограничений на мобильность, действующих с марта по май
Показатели ликвидности	Приняты меры по отсрочке уплаты налогов, чтобы избежать или облегчить проблемы с платежеспособностью фирм. Ключевые меры включают увеличение лимита оборота для обязательной регистрации НДС (до 30 000 евро с 18 000 евро), сокращение периода возврата НДС (с 60 до 30 дней), снижение (до июля 2021 года) НДС на услуги общественного питания (до 7% с 21%) и снижение затрат на аренду для государственной собственности на 50% (только в 2021 году).	МСП и предприятия сферы туризма были освобождены от налога на прибыль и подоходного налога с апреля по декабрь 2020 года, а выплаты налога на малый бизнес (взимаемого местными органами власти) были приостановлены.

Примечание: составлено автором на основе [37].

Анализируя данные таблицы 2.4 можно сказать, что Правительства Черногории и Албании приняли четыре пакета мер по поддержке экономики в условиях пандемии COVID-19. В целом, большинство мер носят временный характер. Однако сроки и охват многих из них были расширены в последующих пакетах. В сравнении с Албанией Правительство Черногории представила более длительные сроки действия мер, что позволяет туристской отрасли максимально восстановить утраченные позиции. Политический ответ правительств был своевременным. Правительства сосредоточили внимание на быстрой поддержке наиболее уязвимых категорий населения и поддержке ликвидности реального сектора, поддержке занятости населения и поддержке экономики, которая в свою очередь предполагает переход к «зеленой» экономке и цифровым технологиям.

Таким образом, Комиссия определила текущую туристическую стратегию ЕС еще в 2010 году. С 2015 года и до пандемии COVID-19 Комиссия пересматривала приоритеты ЕС в области туризма в контексте более широких политических стратегий, но без разработки плана действий по поддержке их реализации. Более того, в стратегии Комиссии также не было указано, как ЧГ и ее собственные генеральные директораты должны использовать доступное финансирование ЕС для достижения этих приоритетов. Комиссия инициировала перспективные действия по определению повестки дня в области туризма на 2030 год, что является шагом в правильном направлении. Мероприятия в странах

Европейского макрорегиона не входящих в ЕС, в частности Албании и Черногории, оказались схожи с мерами Европейской Комиссии и были направлены на поддержку работников и предприятий, а также развитие «зеленой» экономики и цифровизации производства.

## **2.2 Деятельность международных организаций по преодолению кризиса в туризме в Европейском туристическом макрорегионе**

Индустрия туризма Европейского макрорегиона находится в числе первых секторов, пострадавших от кризиса COVID-19. А так как цепочка туристической деятельности затрагивает остальные секторы, то страдает экономика в целом. Поэтому международные организации – Международный совет аэропортов (ACI), Международная ассоциация круизных линий (CLIA), Всемирный совет беспошлинной торговли (DFWC), Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Азиатско-тихоокеанская туристическая ассоциация (PATA), Всемирная туристская организация ООН (ЮНВТО) и Всемирный экономический форум (WEF) – направляют все силы и предпринимают меры по улучшению ситуации с пандемией, вызванной COVID-19. Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) возглавил скоординированное восстановление туристского сектора во всем мире. За 2020 -2021 года были проанализированы все ошибки и выявлены главные методы борьбы с пандемией. И сейчас главными целями всех организаций является восстановление туризма путем устойчивого развития и обеспечения безопасности, сотрудничество и партнерство, здоровье и гигиена, фокусирование деятельности на человека и цифровое внедрение.

По мере усиления последствий пандемии **Всемирный банк** продолжает отслеживать и консультировать клиентов о том, как реагировать на структурные изменения, происходящие в секторе туризма.

К ним относятся:

- уделение повышенного внимания стандартам в области здравоохранения и гигиены;
- понимание того, как меняется спрос (включая роль внутреннего и регионального туризма);

- интерпретирование изменяющихся бизнес-моделей в связи с консолидацией и корпоративной реструктуризацией;
- мобилизация инновационных и технологических решений, влияющих на распределение и доступ к рынкам;
- направление государственных инвестиций в туризм с целью их позиционирования для более устойчивой индустрии туризма после пандемии COVID-19 [34].

Основными препятствиями возобновления туризма являются ограничения на поездки, медленное сдерживание вируса, низкая уверенность путешественников и плохие экономические условия. Путешествия адаптировались к воздействию COVID, особенно с точки зрения ограничений на поездки. Внутренние поездки увеличились, но это мало помогает развивающимся странам, которые зависят от международных поездок. Пенсионеры, которые, как правило, тратят больше за поездку, с большей вероятностью останутся дома. Молодые путешественники, такие как туристы, которые, похоже, более охотно путешествуют во время этой пандемии, как правило, остаются дольше, но тратят меньше, чем пожилые путешественники. Для этого в 2021 году ВОЗ выпустила «Временное руководство по разработке сертификата умной вакцинации». Приоритетом стало установление ключевых спецификаций, стандартов и системы доверия для цифровых сертификатов о прививках, чтобы облегчить внедрение эффективных цифровых решений, которые поддерживают доставку и мониторинг вакцин против COVID-19 с предполагаемой применимостью к другим вакцинам. Данное руководство предназначено не только для использования в целях путешествий, но использование его властями для развития туризма в регионах и возвращения доверия путешественников [31].

ОЭСР согласовываясь с ВОЗ подготовила свои рекомендации для быстрого восстановления туризма после кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Данные рекомендации включают следующие принципы:

- Принятие во внимание относительного риска для путешествий по стране. Страны обязаны направлять силы на снижение воздействия риска до остаточного уровня, который считается приемлемым национальными органами и соответствует требованиям ВОЗ;
- Учет эпидемиологической ситуации. Страны обязаны ограничивать на международные поездки, если уровень риска заболевания в той или иной дестинации высокий.
- Равноправные требования для всех путешественников. Страны обязаны относиться одинаково и справедливо ко всем путешественникам, принимая во внимание предыдущие пункты об эпидемиологической ситуации. Безопасному

путешествию должно способствовать представление доказательства вакцинации или или анализы, демонстрирующие, что путешественник не заразен [31].

**Международная организация труда (МОТ)** основываясь на утверждении, что туризм может сыграть важную роль в восстановлении кризиса, вызванный пандемией COVID-19, отметила, что создание благоприятных и достойных условий для работников на предприятиях сферы туризма, будут способствовать социальному и экономическому прогрессу. Для этого правительства обязаны:

- осуществлять и эффективно обеспечивать соблюдение национальных законов и нормативных актов в сфере труда, которые применяются в защите ко всем работникам туристического сектора, независимо от их трудовых отношений;

- создавать инклюзивные рабочие места и участвовать в более устойчивом восстановлении туристического сектора;

- осуществлять принципы МОТ по достойному труду и социально ответственному туризму;

- работать над укреплением связей между туристической инфраструктурой, политикой и нормативно-правовой базой и инвестировать в устойчивую экономику и цифровую инфраструктуру, включая цифровые навыки;

- обеспечить справедливую заработную плату, достойные условия труда, охрану труда и защитить всех работников от насилия и притеснений;

- обеспечить поощрение и соблюдение баланса между работой и личной жизнью с ограничением рабочего времени и учетом конкретной ситуации в секторе туризма;

- активно участвовать в диверсифицированном развитии навыков, сертификации, программах и стратегиях обучения на протяжении всей жизни, в том числе профессиональной подготовки, для содействия созданию возможностей для достойной работы для всех в секторе туризма, чтобы он мог лучше реагировать на меняющиеся требования [41].

**IATA**, главной целью которой является представлять, возглавлять и обслуживать авиационную отрасль, также предложила свои пути действий по преодолению кризиса после пандемии COVID-19. В первую очередь организация ставит в приоритет безопасность. Проанализировав свои отчеты и данные за последние года, IATA подтверждает факт, что спрос на путешествия очень высок и люди хотят летать, а риск перелетов очень низок. Однако они продолжают поддерживать меры, связанные с вакцинацией путешественников, и считают правильным, чтобы правительство финансировало тестирование на COVID-19, так как это может стать экономическим препятствием для путешествий. Также IATA отмечает важным для борьбы с кризисом – правильное фи-

нансирование, то есть снижение затрат – а не увеличение сборов – должно быть в центре внимания всех предприятий предоставляющие туристические услуги. Международная ассоциация принимает устойчивое развитие туризма и намерена принимать меры по увеличению экологичности авиаперевозок [18].

Правительствами европейских стран было установлено, что территориальное сотрудничество ЕС через макрорегиональные стратегии может помочь странам и регионам преодолеть проблемы, вызванные пандемическим кризисом в сфере туризма. Данное сотрудничество может сыграть ключевую роль в управлении кризисом в туризме, внося свой вклад в новые общеевропейские модели туризма. Поэтому было решено провести собрание по созданию стратегий дальнейшего развития туризма в Европе. Главными элементами собрания стали Стратегия ЕС для региона Балтийского моря (EUSBSR), Стратегия ЕС для Альпийского региона (EUSALP), Стратегия ЕС для Адриатического и Ионического регионов (EUSAIR), Стратегия ЕС для Дунайского региона (EUSDR), Европейская комиссия – DG REGIO и Европейская программа взаимодействия. Участники выбрали две главные стратегические цели: «Европа ближе к гражданам» и «Более зеленая Европа». Данные цели предполагают разработку новых туристических продуктов, культурных маршрутов, а также новые виды обучения. А основным политическим приоритетом должно быть согласование туристической информации для путешественников о доступности услуг в дестинациях [36].

Для успешного возобновления туристической экономики и обеспечения функционирования бизнеса необходимо продолжать укреплять механизмы координации для поддержки работников, туристических направлений и предприятий, особенно самых маленьких. Кроме того, на этапе восстановления необходимо уделять особое внимание наиболее уязвимым направлениям, тем, которые в значительной степени зависят от международных рынков.

**ЮНВТО** – ведущая международная организация в области туризма. Она продвигает туризм как движущую силу экономического роста, инклюзивного развития и экологической устойчивости, так и предлагает лидерство и поддержку сектору в продвижении знаний и туристической политики во всем мире. Основными целями организации являются создание умного туризма, включающего инновационное развитие, создание рабочих мест, повышение устойчивости и безопасности туризма и использование потенциала для защиты культурного и природного значения [54].

Для преодоления кризиса, вызванного пандемией COVID-19 ЮНВТО разработала приоритетные мероприятия на 2022-2023 года в связи с кризисом, вызванным пандемией COVID-19, указанные в таблице 2.5. Для разработки данных мер был создан Глобальный кризисный комитет по туризму, куда во-

шли представители ЧГ ЮНВТО, Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), Международная организация гражданской авиации (ИКАО), МОТ, Международная морская организация (ИМО), Всемирный банк и ОЭСР. Частный сектор представлен АСИ, CLIA, IATA и WTTC [8]. Комитет указал направления действий к каждому мероприятию, что показывает более четкое и ясное развитие туризма. Основной деятельностью стало развитие умного туризма, включающего поддержку стартапов и инвестирование в новые технологии, «зеленого» туризма, включающее развитие зеленой экономики и создания для этого «зеленой» индустрии. Комитет подчеркнул важность создания новых рабочих мест, включающие не только трудоустройство, но и обучение, переквалификацию сотрудников, желающих работать в сфере туризма. Развитие устойчивого туризма, а также сохранение наследия дестинаций остались приоритетными направлениями для туризма 2022-2023 годов.

**Таблица 2.5 – Приоритетные направления в восстановлении и дальнейшего развития туризма после пандемии COVID-19 на 2022-2023 года, разработанные ЮНВТО совместно с Глобальным кризисным комитетом.**

<b>Приоритет</b>	<b>Направление деятельности</b>
Умный туризм. Переход на цифровые технологии и использование инновационного подхода	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оказание поддержки стартапам в сфере инновационной деятельности в туризме</li> <li>- Подготовка Форумов, посвященных технологиям в туризме для связи между стартапами и инвесторами</li> <li>- Оказание поддержки в организации ЧГ региональных конкурсов инноваций</li> </ul>
«Зеленый» туризм. Инвестирование и развитие предпринимательства в данной сфере	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сотрудничество и партнерство с государственными и частными секторами для создания новых рынков для «зеленого» финансирования</li> <li>- Создание потенциала местных финансовых учреждений для осуществления программ «зеленого» финансирования</li> <li>- Содействие программе «Цифровое будущее» в целях ускорения экономического восстановления туристского сектора путем оказания поддержки МСП и стартапам</li> <li>- Создание программы инвестиций в сельский туризм для привлечения инвестиций более высокого уровня</li> </ul>

Окончание таблицы 2.5.

Создание рабочих мест	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Онлайн академия туризма ЮНВТО на 6 языках</li> <li>- Программа «Преподавательский состав в области туризма»</li> <li>- Программа обеспечения качества образования в области туризма на основе инноваций и устойчивости</li> <li>- Создание Глобальной сети университетов и школ туризма ЮНВТО с едиными стандартами высокого качества</li> <li>- Программа «Фабрика трудоустройства»</li> <li>- Содействие трудовой интеграции людей с ограниченными возможностями в сфере туризма</li> </ul>
-----------------------	--

Устойчивость туризма	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Облегчение путешествий: предоставление туристам возможности пересекать международные границы безопасно и эффективно; готовность к катастрофам; безопасные турнаправления</li> <li>- Повышение конкурентоспособности: маркетинг и брендинг для выхода на новые рынки; разработка и диверсификация продуктов; развитие внутреннего туризма; сбор и обработка статистических данных</li> <li>- Мониторинг роли туризма в ЦУР</li> </ul>
Наследие в туризме	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Соблюдение этнических норм</li> <li>- Защита природы и наследия, а также развитие сельского туризма и туризма, связанного с природой</li> <li>- Программа «Одна планета»</li> <li>- Преодоление зависимости между ростом туризма и ухудшением состояния окружающей среды</li> <li>- Реализация решений в области управления культурным туризмом во время пандемии</li> </ul>

Примечание: составлено автором на основе [22]

Таким образом, чтобы преодолеть кризис в Европейском туристическом макрорегионе необходимо принятие новых мер для восстановления не только внутреевропейского туризма, но и международных прибытий. Международные организации, отвечающие за развитие туризма, выделили, что устойчивое развитие, обеспечение безопасности, сотрудничество и партнерство, здоровье и гигиена, а также цифровое внедрение являются главными стратегиями борьбы с кризисом и восстановлением туристического сектора поднимая его на новый уровень развития. ЮНВТО совместно с международными организациями подготовила мероприятия для дальнейшего действия в восстановлении и развитии туризма. Приоритетными направлениями стали инновационный и цифровой подход в туризме, развитие «зеленой» экономики способствующей развитию устойчивого туризма, создание новых рабочих мест и обучение и переквалификация сотрудников сферы туризма, а также сохранения наследия стран.

Выводы по главе 2:

1. Подводя итог второй главы, можно сделать вывод, что из-за национальных ограничений сектор туризма значительно пострадал, поэтому его восстановление будет происходить достаточно медленно и требует времени. Многие страны Европейского туристского макрорегиона, адаптируясь к нынешним условиям, корректируют свои национальные туристические стратегии, основываясь на плане развития туризма до 2030, подготовленный Европейской Комиссией. Данный план включает:

- Развитие и внедрение устойчивого туризма;
- Улучшение транспортной доступности на региональном уровне;

- Развитие «голубой экономики»;
- Развитие и внедрение цифровизации в туристическую сферу.

2. Международные организации, в свою очередь, также готовят стратегии, направленные на восстановление туристического рынка после кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Главными принципами, входящими в стратегии, будут устойчивое развитие, обеспечение безопасности, сотрудничество и партнерство, здоровье и гигиена, а также диджитализация. ЮНВТО совместно с другими международными организациями подготовили план развития туризма на 2022-2023 года, где в приоритетах остается устойчивое развитие туризма и сохранение наследия дестинаций, а также добавлены приоритеты к переходу к умному и зеленому туризму, следствием которого является создание новых рабочих мест и обучение сотрудников.



## ГЛАВА 3

### РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

#### 3.1 Восстановление туристских потоков после пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе

Международный туризм занимает важное место в экономике любой страны. Он влияет на экономическое, социальное и культурное развитие любого региона. А во многих странах сектор туризма имеет достаточно большую долю ВВП. Появление вируса COVID-19 затронуло все секторы экономики и привело к глобальным кризисам в области здравоохранения, социальным чрезвычайным ситуациям и глубоким негативным последствиям для мировой экономики. Пандемия COVID-19 оказала серьезное влияние на туризм, приведя к финансовым потерям почти в 4,5 трлн долларов и потере более 62 млн рабочих мест [13].

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) сообщила, что к завершению 2021 года ограничения на поездки все еще оставались в силе, количество международных туристов увеличилось всего на 4% в сравнении с 2020 годом, оставаясь на 72% ниже уровня 2019 года [47]. Это означает, что число международных прибытий сократилось более чем на 1 млрд по сравнению с уровнем до пандемии, что позволяет отрасли оставаться на уровне, который в последний раз наблюдался в конце 1980-х годов. Темпы восстановления остаются медленными и неравномерными в разных регионах мира из-за разной степени ограничений на передвижение, уровней вакцинации и уверенности путешественников. В Европе зафиксировали самые высокие результаты в 2021 году по сравнению с 2020 годом (+19%), но все же данный показатель на 63% ниже уровня до пандемии [47].

Начался 2022 год достаточно успешно для сектора туризма. Многие страны Европейского макрорегиона начинают снимать ограничения, связанные с вакцинацией и въездом в страну, открывать страны для туристов, выдавая туристические визы. Однако большинство экспертов больше не ожидают полного восстановления до 2024 года или позже. Они считают, что туристские потоки вообще не вернуться в том же количестве, как во времена до пандемии. Хотя 4% экспертов ЮНВТО уверены в росте туристической активности в 2022 году и ожидают полного восстановления в 2022 году. Примерно треть экспертов считают, что в 2023 году число международных прибытий вернется к уровню 2019 года, а 63% считают, что это займет еще больше времени. Сценарии ЮНВТО

предсказывают, что в 2022 году количество прибывающих международных туристов может вырасти на 30-78% по сравнению с 2021 годом. Хотя это звучит как явное улучшение ситуации в туризме, оно все же будет более чем на 50% ниже уровня до пандемии [46].

Рассмотрим подробнее восстановление туристических потоков в странах Европейского макрорегиона. Для примера возьмем такие страны, как Беларусь, Испания, Греция и Черногория. Согласно Отчету о тенденциях туризма Европейского союза за 2019 год, пять из десяти самых посещаемых направлений в мире расположены в ЕС. Греция и Испания по статистике Deutsche Bank являются самыми зависимыми от туризма странами ЕС. Их доля в ВВП стран составляет 20,6% и 14,6 % соответственно [29]. Черногория в свою очередь является одной из самых зависимых стран Европейского макрорегиона, не входящей в ЕС. Доля туризма в ВВП страны составляет 25% [19]. Республика Беларусь является единственной страной Европейского макрорегиона, которая частично или полностью не закрывала границы для въезда международных туристов во время пандемии.

### 3.1.1 Республика Беларусь

Беларусь – одна из немногих стран, которая не закрывала свои внешние границы для посещения туристами страны во время пандемии. Однако количество туристов все же снизилось. Это связано с закрытием внутренних границ других стран, а также прекращением с ними авиасообщения.

**Таблица 3.1 – Численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, по странам постоянного места жительства.**

Год	Всего туристов (человек)
2016	217 398
2017	282 694
2018	365 534
2019	405 472
2020	80 972

Окончание таблицы 3.1.

Год	Всего туристов (человек)
2021	44 98

\* В численность включены туристы и экскурсанты из РФ.

Примечание: составлено автором на основе [Ошибка! Источник ссылки не найден.], [11].

Проанализировав данные из таблицы 3.1, можно заметить, что до 2020 года наблюдался положительный прирост числа туристов в РБ (примерно + 30% каждый год) и в 2019 году составил самый высокий результат за последние 10 лет. Больше всего посетителей туристами было из стран-соседей РФ, Польши, Латвии и Литвы. В связи с началом пандемии количество туристов уменьшилось на 80 %, а к 2021 году это число стало еще ниже. Во время пандемии туристские потоки изменились. В 2020 и 2021 годах въездной туризм приходился на страны СНГ и Ближнего Востока. Это связано с более ослабленными ограничениями в этих странах, вызванными пандемией COVID-19.

**Таблица 3.2 – Численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, по странам постоянного места жительства в 2021 году.**

	Численность иностранных туристов и экскурсантов (человек)	
	всего	Из них туристов
<b>Всего</b>	71 388	44 498
<b>Из стран СНГ</b>	53 955	28 314
<b>Из стран ЕС</b>	2 139	1 791
<b>Из других стран мира</b>	15 294	14 393

Примечание: составлено автором на основе [11].

В таблице 3.2 показано порегиональное число туристов, посетивших РБ в 2021 году. Как можно заметить из данных таблицы, большее количество туристов пришлось на страны СНГ, а именно РФ, Азербайджан и Казахстан. В связи с политической обстановкой в стране, ограничениями, вызванными пандемией COVID-19, а также напряженными отношениями с такими странами-соседями, как Польша, Латвия и Литва, число туристов из стран ЕС является минимальным. Бóльшее число посетителей с целью туризма прибыло из Франции, Болгарии, Германии и Финляндии. Что касается других стран мира, то лидирующие позиции по статье прибытий занимают Швейцария, Турция, ОАЭ, а также Иран и Иордания [11].

Что касается 2022 года, то на данный момент официальных данных по прибытиям еще нет, однако прогнозы не улучшаются. В связи с прекращением авиасообщения, санкциями и закрытыми границами со стороны ЕС количество

туристов из европейских и американских стран будет минимальным. Также если учитывать политическое положение РФ на данный момент, то, возможно, стоит ожидать увеличения потока туристов из данной страны. Республика Беларусь продолжит развивать туризм с восточными странами, однако в связи с военными операциями России в Украине, международный туризм в стране будет развиваться проблематично.

### 3.1.2 Испания

Испания была одной из тех стран, которая в 2020 году полностью ограничила любые передвижения по стране, что вызвало полное отсутствие туризма в стране (рисунок 3.3). В период с апреля 2020 года по март 2021 года ВВП Испании потерял более 110 млрд евро в виде поступлений из сектора туризма. Между тем, более 840 тысяч рабочих мест в сфере туризма были приостановлены или отменены, что составляет около 30 % от общей занятости в сфере туризма в стране в 2019 году [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

**Рисунок 3.3 – Профиль международных туристических прибытий в Испанию с 2019 по 2021 года [28].**

Анализируя данные рисунка 3.3, можно заметить, что с июня 2021 года в Испании начинается возобновление туризма. Положительная динамика и рост международных прибытий начинается с апреля 2021 года и уже в ноябре того же года число прибывших туристов в страну составило почти 3 400 человек – это всего лишь на 28% меньше, чем в 2019 году. Правительство Испании утверждает, что международные поездки в Испанию быстро восстанавливаются

и могут позволить зависимой от туризма стране достичь допандемического уровня иностранных посетителей в 2022 году [39].

В январе 2022 года Испанию посетили 2,5 млн международных туристов, что на 467,7% больше, чем в том же месяце 2021 года. Больше число туристов оказалось из Великобритании (363 150 туристов), которые составляют 14,6% от общего числа прибывших в этом месяце туристов. В сравнении с январем 2021 года данное число увеличилось на 1461,3% [38]. По числу прибывших туристов в страну далее идут Франция и Германия. Из Франции было принято 347 955 туристов (на 195,6% больше в годовом исчислении), а из Германии - 282 280 туристов (на 452,2% больше в годовом исчислении) [38].

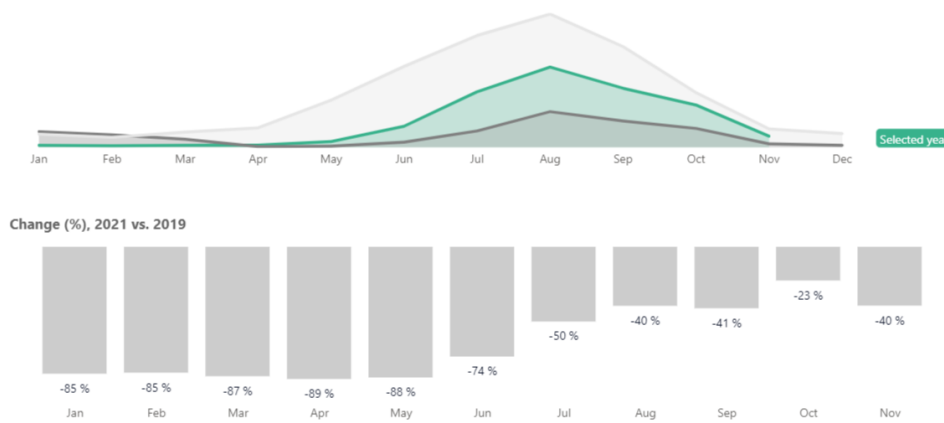
Таким образом, можно заметить, что Испания имеет достаточно хороший прогноз о восстановлении туристических потоков в 2022 году. На данный момент большая часть туристов прибывает из стран ЕС, но уже с марта 2022 года Испания открывает свои границы для всех стран, начиная выдавать туристические визы. Также правительство страны ослабляет ограничения, вызванные пандемией COVID-19, путем отказа от требований полной вакцинации для въезда в страну, ограничиваясь только отрицательным ПЦР-тестом. Это позволит туристам более беспрепятственно посещать страну, что увеличит международные прибытия, а, следовательно, и международные поступления.

### **3.1.3. Греция**

Греция является одним из самых популярных мест для туристов со всего мира. А также Греция – одна из самых зависящих от туризма стран. Вклад туризма в ВВП страны составляет около 20%. В 2019 году доходы от туризма составили почти 40 млрд евро [49]. Однако в связи с пандемией COVID-19 из-за последствий кризиса в области здравоохранения доходы составили всего лишь около 15 млрд евро.

Хотя международные туристические потоки прекратились во время пандемии COVID-19 в 2020 году, многие страны все еще сохраняли определенный уровень активности въездного туризма, когда количество прибывающих значительно сократилось. В их числе состоит Греция. До пандемии количество иностранных посетителей в стране достигало максимума в 34 млн, но в 2020 году эта цифра упала примерно до 7,4 млн (рисунок 3.4). В целом, большинство въезжающих посетителей прибывали из других европейских стран, при этом

Германия и Великобритания были ведущими странами по статье международных прибытий.



**Рисунок 3.4 – Профиль международных туристических прибытий в Грецию за период 2019-2021 года [28].**

На рисунке 3.4 можно заметить динамику туристических прибытий в Греции. Рост туристов в 2021 году начался с июня и уже в октябре составил более 2 000 туристов, что всего на 23% меньше в сравнении с 2019 годом. Это говорит о возобновлении туризма в стране.

Однако в отличие от Испании туризм в Греции имеет сезонность, открытие туризма в стране приходится на апрель, поэтому о восстановлении туризма в 2022 году пока говорить сложно. Поток туристов в Грецию летом 2021 года помог греческой экономике восстановить значительную часть потерь, вызванных пандемией COVID-19. Европейская Комиссия прогнозирует, что зимой 2022 года экономические показатели страны вырастут на 4,9 % в 2022 году и на 3,5 % в 2023 году за счет инвестиционной активности, в основном поддерживаемой инструментом устойчивости и восстановления ЕС [14].

Туризм в Греции также не стоит на месте и развивается. На данный момент в стране все больше внедряется устойчивый туризм. А также рассматриваются вопросы о продлении сезонности туризма путем внедрения зимних активностей, связанных с круизным туризмом. Также большое внимание уделяется безопасности передвижения в стране.

В 2022 году Греция открывает сезон в марте, что для данной страны является очень рано. Также в стране поэтапно отменяются ограничения, вызванные пандемией COVID-19. Ожидается, что большой поток туристов будет из стран ЕС и США, а страны СНГ пока остаются под вопросом.

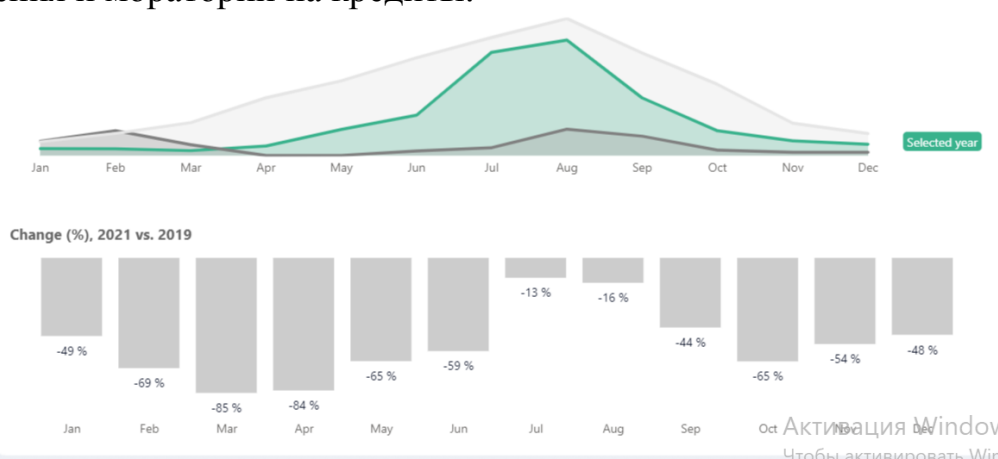
Таким образом, можно сказать, что Греция была одной из самых первых стран, открывшей границы для международных туристов, что позволило уже в

2021 году начать восстановление экономики в стране. Ожидается, что 2022 год будет для страны благоприятным и внесет высокие доходы от туризма в ВВП страны.

### 3.1.4. Черногория

Туризм в Черногории является одной из ведущих отраслей экономики и стремительно развивается. На долю путешествий и туризма приходится около 25% ВВП Черногории в целом [20].

Экономика Черногории сильно пострадала от COVID-19. Пандемия подтолкнула страну к более глубокому кризису, чем глобальный финансовый кризис. Основной проблемой являлось сокращение числа туристов, прибывавших из стран, где были введены ограничения на международные поездки (рисунок 3.5). Значительный туристический шок оказал негативное воздействие на внутреннее потребление и инвестиции. Однако в настоящее время идет активное восстановление. Пандемия привела к значительным человеческим и экономическим издержкам, так как Черногория полностью зависит от туризма. Но власти оказывали поддержку посредством различных мер, которые помогли сдерживать экономические последствия пандемии. Они включали субсидии на заработную плату, налоговые отсрочки, финансовую помощь уязвимым слоям населения и моратории на кредиты.



**Рисунок 3.5 – Профиль Международных туристических прибытий в Черногорию за период 2019-2021 года [28].**

На рисунке 3.5 можно заметить динамику международных прибытий в Черногорию в период с 2019 по 2021 год. Проанализировав данные, можно сказать, что в 2021 году Черногория сумела достаточно быстро восстановить тури-

стические потоки. В июле и августе 2021 года уровень прибытий в страну составлял всего на 13 и 16 % соответственно меньше, чем в 2019 году. Если сравнивать с годами раньше, то данный результат является довольно хорошим. Такой высокий уровень связан с минимальными ограничениями, вызванными пандемией COVID-19, для туристов в принимающей стране, а также с закрытыми курортами других странах.

Власти Черногории, несмотря на геополитическую ситуацию в мире, надеются восстановить поток туристов в страну. Однако для этого индустрии туризма придется найти замену российским и украинским туристам, на долю которых приходится значительная доля рынка: в 2021 году из общего числа путешественников, посетивших Черногорию, 12% были гражданами России, еще 9% – Украины. В сумме туристы из этих двух стран составили 21% от общего туристического потока [48]. Поэтому на данный момент Черногория ищет новые рынки и расширяет географию. Для этого аэропорты страны предоставляют значительные субсидии иностранным авиакомпаниям, в результате чего Черногория получила новых перевозчиков из Скандинавии, стран Балтии и Западной Европы [48]. Также Черногория в поисках новых рынков и рассматривает такие направления как Саудовская Аравия, Казахстан и Центральная Азия.

Таким образом, в постковидный период туризм в Черногории восстанавливается достаточно быстрыми темпами. Однако появляются новые проблемы, которые мешают развитию туризма в стране. В связи с геополитической ситуацией и потерей туристов из РФ, РБ и Украины, невозможно дать точные прогнозы о международных прибытиях в страну, однако Черногория уже находится в поиске новых рынков.

В ходе анализа было выявлено, что туризм начинает восстанавливаться медленными темпами после COVID-19. Черногории в сравнении с Грецией и Испанией удалось начать восстанавливать свой туристский рынок еще в 2021 году, открыв свои границы для всех туристов, а также уменьшив ограничения, вызванные пандемией COVID-19, что поспособствовало восстановлению экономики страны. Греция и Испания также медленно начали восстанавливать туристический сектор страны в 2021 году, однако они все также имели ограничения, которые препятствовали многим туристам попасть в страны. Большую часть прибывших международных туристов в Грецию и Испанию составили туристы из стран, входящих в ЕС. Правительство средиземноморских стран делает все возможное для открытия курортов безопасным путем, снижая ограничения, вызванные пандемией COVID-19, однако не отменяет полностью для того, чтобы сохранить безопасность своих граждан, а также не терять доверие туристов. На данный момент во всех странах идет развитие не только безопасного



туризма, но и устойчивого, и рассматривается создание новых туристических продуктов.

Что касается Республики Беларусь и ее анализа туристских потоков в постковидный период, то можно сделать вывод, что хоть страна и не закрывала свои границы, но численность туристов все же снизилась, из-за ограничений, вызванных пандемией COVID-19 в других странах. Однако, к сожалению, туристический кризис в Беларуси вызван не только пандемией COVID-19, но и многими другими геополитическими проблемами. На туризм в Беларуси с 2020 года влияет политическая обстановка в стране. Иностранцы больше не считают Республику Беларусь безопасной для посещения с целью туризма страной, поэтому сделать прогноз о развитии и восстановлении туризма на следующие годы очень сложно. Беларуси также, как и многим средиземноморским странам, стоит пересмотреть туристические рынки для привлечения международных туристов.

Стоит отметить, что в то время как международный туризм приходит в норму, внутренний туризм продолжает стимулировать восстановление сектора во всем большем числе направлений, особенно в тех странах, которые имеют большой внутренний рынок. Внутренний туризм и путешествия рядом с домом, а также мероприятия на свежем воздухе и сельский туризм являются одними из основных туристических тенденций, которые будут продолжать формировать туризм в постковидном 2022 году. Поэтому многим странам следует также пересмотреть приоритеты и выделить новые направления в развитии туризма в своих странах.

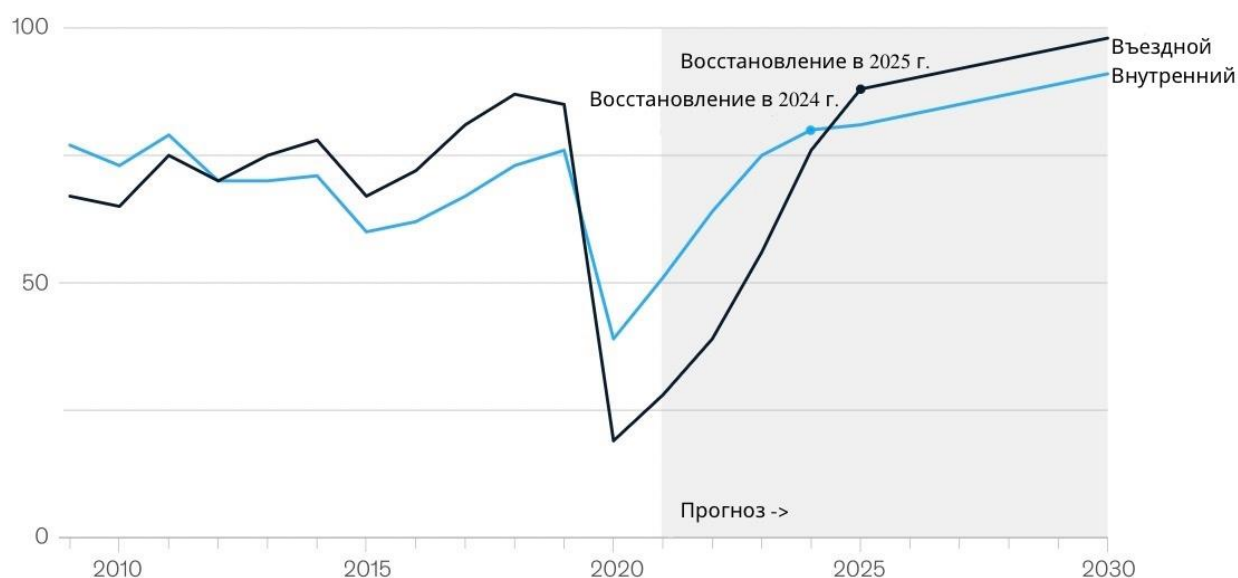
Таким образом, туризм, как неотъемлемая часть экономики, играет важную роль во всех странах Европейского макрорегиона, но больше всего от туризма зависят страны Средиземноморья. Пандемия COVID-19 нанесла удар по туристической индустрии. Поэтому многие страны в этот период имели низкие доходы, что сказалось на экономике стран и вызвало глубокий кризис в этих странах. Были рассмотрены несколько стран Европейского макрорегиона, чья экономика сильно зависит от туристического сектора, а также Республика Беларусь как единственная страна, которая не вводила ограничения для международных туристов в период пандемии COVID-19.

## 3.2 Восстановление туризма в странах Европейского макро-региона на примере Испании

В 2019 году тремя из 5 ведущих туристических направлений Европы были испанские, а туристический сектор страны оценивался в 200 млрд долларов или 14,3 процента ВВП страны [40]. Поэтому, чтобы понять, как развивается туризм после пандемии COVID-19, следует проанализировать рынок туристических услуг Испании, как ведущей страны Европейского макрорегиона, где туризм имеет важное значение для экономики страны. На примере данной страны возможно проанализировать и спрогнозировать дальнейшие пути развития туризма, которые могут послужить примерами для других стран Европейского макрорегиона. Институт McKinsey, который занимается исследованиями в области экономики и бизнеса, предполагает, что к тому времени, когда сектор восстановится, совокупный убыток ВВП Испании составит 300 млрд долларов и потерей до 4.4 млн рабочих мест [40].

В данной разделе будет проведен анализ туристического сектора Испании и предполагаемые шаги, которые туристические компании, а также заинтересованные стороны государственного сектора могут предпринять для ускорения восстановления.

Открытие границ и ослабление ограничений, связанных с пандемией COVID-19, уже благоприятно влияют на развитие туристического сектора и его восстановление (анализ восстановления туристических потоков указан в пункте 3.1). Однако наличие сформировавшихся тенденций во время пандемии COVID-19 могут замедлить полное восстановление туризма на долгие годы. Следует принимать во внимание трансформацию туристского продукта Испании. По мере выхода страны из кризиса предполагается, что МТСЕ-туризм, а также групповые поездки станут менее популярными. Также с восстановлением туризма стоит учитывать вспышки вируса, которые будут сдерживать экономический рост, а, следовательно, быстрое восстановление и развитие туризма. Согласно анализу, проведенным институтом McKinsey, где эксперты выделяют 9 сценариев восстановления экономики страны, прогнозируется, что Испания пойдет по 1 пути развития, связанным с повторяющимся воздействием COVID-19, а также замедлением краткосрочного роста и времени на восстановление. На графике 3.6 показан прогноз восстановления внутреннего и въездного туризма до 2030 года. Предполагается, что внутренний туризм полностью восстановится в 2024 году, а въездной только к 2025 году.



**График 3.6 – Прогноз восстановления внутреннего и въездного туризма Испании [30]**

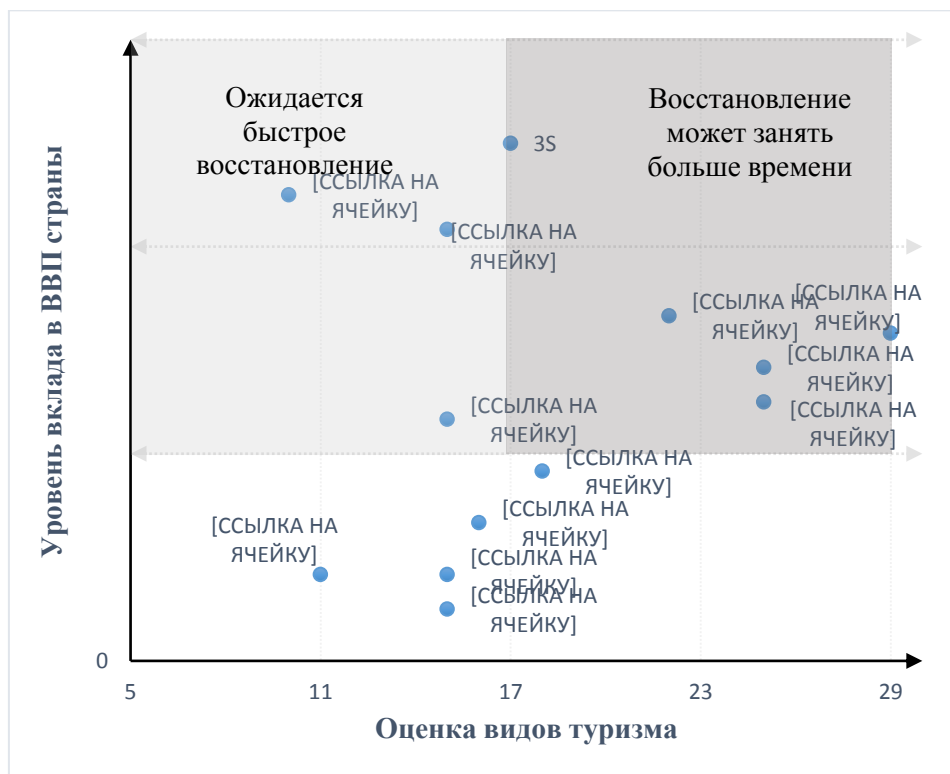
Несмотря на то, что туристический сектора начал восстанавливаться, его относительно слабые показатели по ряду вышеперечисленных факторов приводят к более долгому восстановлению туризма.

Индустрия туризма Испании представляет различные сегменты туристской индустрии: групповые путешествия, индивидуальные деловые поездки, путешествия на солнце и на пляж и другие. В ходе анализа были оценены 13 видов туризма по 3 категориям: поездка в дестинацию, условия в дестинации и зависимость от международных туристов. Данная оценка позволяет узнать, насколько уязвим каждый из этих видов туризма. Чем выше общий балл, тем больше времени займет восстановление.

Проведя оценочный анализ зависимости туристских сегментов от внешних факторов в Испании в период во время и после пандемии (Приложение Д), полученной из официальных испанских интернет-порталов, данных Испанского статистического комитета, официальный туристический портал Испании, а также учитывая данные таких международных организаций, как Всемирная туристская организация (ЮНВТО) и Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC), можно сделать вывод, что МІСЕ-туризм, групповые путешествия и круизы больше всего пострадают от пандемии, и для восстановления потребуется больше времени. По мере того, как все больше сотрудников привыкают к удаленной работе, а компании стремятся свести к минимуму расходы на деловые поездки, МІСЕ-поездки могут не полностью восстановиться до допандемического уровня. С другой стороны, внутренний туризм, экотуризм, а

также индивидуальный, спортивный и культурный туризм пострадают меньше и должны восстановиться быстрее.

Построим график зависимости вклада туристических сегментов в ВВП страны и их оценки восстановления.



**График 3.7 – Диаграмма восстановления туризма Испании по ее сегментам**

Примечание: составлено автором.

Анализируя данную диаграмму можно заметить, что наиболее уязвимые сегменты такие, как МІСЕ-туризм, групповые поездки, круизы, 3S-туризм и городской составляют основную часть ВВП Испании от туризма. Поэтому, в ближайшие несколько лет можно ожидать существенных изменений в составе и характере туристской деятельности. Компаниям в таких уязвимых сегментах, как торговые выставки или мероприятия МІСЕ, возможно, придется полностью изменить свои бизнес-модели, в то время как другим видам туризма может потребоваться значительная оптимизация процессов.

Данный анализ показывает важность внутреннего туризма в восстановлении туристского сектора Испании. На диаграмме 3.6 видно, что восстановление внутреннего туризма произойдет быстрее, чем международного, что важно для регионов, которые не являются лидерами в области туризма, но предлагают альтернативные виды туризма, например, сельский. К таким регионам относятся Кастилия и Леон, Астурия и Кантабрия, которые во время пандемии сосре-

доточили свои стратегии на продвижении внутреннего туризма. В свою очередь, испанские регионы, которые традиционно лидируют в туристическом секторе, такие как Андалусия, Валенсия, Канарские острова, Балеарские острова и Мадрид, не разработали достаточно альтернативных предложений для массового туризма [3]. Внутренний туризм открывает возможности для регионов, наиболее пострадавших от последствий пандемии, помогая диверсифицировать туристическую деятельность, особенно в тех районах, которые страдают от высокого уровня сезонности. Внутренний туризм также предполагает развитие сельского и экотуризма, туризма, связанного с различными видами деятельности (экстремальный, религиозный, спортивный), но главной задачей является повышение спроса и заинтересованности местного населения.

Внутренний туризм в период после пандемии тесно связан с развитием устойчивого туризма, который может привести к созданию более экологичной, инклюзивной и устойчивой отрасли, обеспечивающей также работу в сфере туризма. В марте 2022 года Председатель правительства Испании Педро Санчес на 42 международной выставке FITUR объявил об утверждении второго открытого тендера программы «План устойчивого туризма», бюджет которого составил 720 млн евро. Данный факт является подтверждением того, что правительство реализует европейские фонды для трансформации индустрии туризма. В дополнение к этому глава исполнительной власти подчеркнул, что в рамках программы устойчивого туризма на 2022 год правительство собирается запустить Национальный план гастрономического туризма с бюджетом в 65 млн евро, что является большим преимуществом для привлечения населения к национальному туризму. В рамках Плана восстановления, преобразования и обеспечения устойчивости, Плана модернизации и повышения конкурентоспособности для туристического сектора доступно 3,4 млрд евро, и, по оценкам, его общее влияние на ВВП составит 6,732 млрд евро. Санчес отметил, что эти 3,4 млрд в два раза превышают инвестиции, заложенные в бюджете туристского сектора в период с 2012 по 2017 год. В течение первых трех лет 1,858 млрд евро будут выделены на преобразование сектора в рамках Планов устойчивого развития туристического направления, из которых 660 млн евро было выделено между правительствами регионов в 2021 году. В ближайшие месяцы правительством Испании будет продвигаться Стратегия устойчивого туризма до 2030 года, тем самым приводя национальные цели восстановления внутреннего туризма в соответствие с Целями устойчивого развития. Исполнительная власть страны принимает меры, чтобы сделать сектор более социально устойчивым, способствуя балансу между работой и личной жизнью и обучая в рамках инициативы Fair Hotels, более цифровым, продвигая сеть Smart Destinations Network и более диверсифицированным [43].

Устойчивый туризм также связан с безопасностью и здоровьем, что на данный момент имеет ключевое значение для всех направлений. Это должно быть отражено в их маркетинговых и коммуникационных стратегиях, путем планирования процедур для восстановления доверия потенциальных посетителей, разработки протоколов для обеспечения безопасности здоровья, обеспечения конкурентоспособности индустрии туризма и гарантии безопасности для всех. В качестве коммуникационной стратегии можно взять в пример компанию HOSTELTUR, занимающейся развитием внутреннего туризма в стране, которая использует продвижение через социальные сети. Это компания впервые в испанской истории запустила хэштег #DescubreLoIncreíble (в переводе – открой для себя невероятное), который показывает и рассказывает о местах Испании для испанского населения [12].

Таким образом в условиях пандемии туристы все чаще стали выбирать близлежащие районы, а не туры в отдаленные и относительно небезопасные места. Это изменение точки зрения туристов может привести к тому, что они будут избегать перенаселенных и массовых туристических направлений в пользу более знакомых, но менее населенных и более надежных мест. Развитие внутреннего туризма в Испании может повысить устойчивость страны, и при правильных мерах это будет способствовать изменению модели развития туризма Испании, уделяя больше внимания устойчивым, менее интенсивным предложениям с меньшим воздействием на окружающую среду. Анализ в данной части показал, что Испания не обладает многими ключевыми преимуществами, который туристский сектор может использовать, чтобы восстановить экономический рост. Государственный сектор и туристские организации развивают внутреннего и устойчивого туризма для ускорения восстановления сектора. Тесно сотрудничая с региональными DMOs они повышают конкурентоспособность страны и создают новые туристические продукты для привлечения большего числа национальных туристов. Данные меры следует применить и другим странам Европейского макрорегиона, для более быстрого восстановления турсектора, который поспособствует экономическому росту.

### **3.3 Развитие туристского рынка Беларуси после пандемии COVID-19**

### 3.3.1 Принятые меры в РБ по борьбе с пандемией COVID-19

В Республике Беларусь поддержка туристской отрасли осуществляется на государственном уровне. Поэтому начиная с марта 2020 года государство принимало различные меры в поддержку экономики страны и меры по ограничению распространения вируса. В ходе борьбы с пандемией COVID-19 особое внимание уделялось регулированию цен, установлению налоговых льгот и мер в кредитно-финансовой сфере, также действия были направлены на защиту прав работников и нанимателей, осуществлялись контрольно-проверочные мероприятия.

Что касается мер, принятых для туристической сферы, то здесь можно отметить Указ Президента Республики Беларусь №143 от 24 апреля 2020 г. «О поддержке экономики» [6], где были приняты решения об освобождении туристских организаций от взносов в ФСЗН и налогов при условии сохранения рабочих мест, а также фискальной поддержке ИП и ремесленников.

Далее Указом Главы государства от 31 декабря 2020 г. № 512 были прописаны меры по продлению поддержки пострадавших отраслей, в том числе и туристской. В частности, были продлены налоговые льготы, а также отсрочки по увеличению базовой арендной величины. Также в новом Указе действует ряд мер по поддержке гидов-переводчиков и экскурсоводов, льготы по оказанию услуг туроператоров и турагентов, работающих на территории РБ, и другие.

Благодаря решениям правительства Беларусь смогла сохранить темпы экономического роста в период пандемии COVID-19. В результате открытости границ Беларусь в 2020 году потеряла 0,2% роста по сравнению с предыдущим годом, но сменив тренд выросла на 3,5% в сравнении с 2019 годом, что для страны является хорошим показателем [9]. Это связано с тем, что государство сохранило производственную деятельность. Однако туристический сектор страны столкнулся только с негативными последствиями в связи с пандемией COVID-19. В 2020 году число иностранных посетителей страны сократилось в 3 раза, в связи с экономической ситуацией уменьшился внутренний туризм, а количество организаций, занятых в сфере туризма сократилось на 13% [5]. Это говорит о том, что принятые правительством меры не оправдали результата.

В 2021 году была принята новая редакция Закона «О туризме» от 11.11.2021 № 129-З, вступающая в силу 01.01.2023 года, где существенно были изменены условия ведения хозяйственной деятельности в туристском секторе, а приоритетным направлением стала поддержка индустрии туризма, а также развитие внутреннего и въездного туризма [7].

С целью улучшения правового положения потребителей туристских услуг в законе прописано, что «туроператор обязан выплатить компенсации потерь по-

требителям о неполученных туристических услугах» [7]. Данное решение способствует развитию выездного туризма страны и большего доверия потребителей туристическим организациям, что в условиях пандемии COVID-19 является важным элементом.

Также в новом законе предусмотрено развитие цифровизации в оказании туристических услуг. Так появляется возможность заключения договоров в электронном виде, что во многом упрощает процесс работы, а также сокращает личные контакты и транспортные расходы.

Таким образом, можно сделать вывод, что начиная с 2020 года в Беларуси принят ряд мер в борьбе с негативными последствиями вызванным пандемией COVID-19. Были изданы Указы о поддержке туристических организаций на фискальном уровне, а также были введены льготы на оказание туристских услуг. В новом законе «О туризме» прописана поддержка потребителей туристских услуг в получении компенсаций от туроператоров, а также развитие цифровизации в туристском секторе страны. Данные меры предусматривают сокращение последствий COVID-19 с экономической точки зрения, а также увеличивают безопасность потребителей в получении туристических услуг.

### **3.3.2 Использование опыта стран Европейского макрорегиона в преодолении последствий пандемии при разработке возможных мероприятий, направленных на развитие внутреннего туристского рынка Беларуси**

В данной части изложены рекомендации автора по восстановлению туристского рынка РБ с учетом анализа турпотоков РБ во время пандемии COVID-19 и в период после пандемии, современных тенденций развития туризма и опыта других стран Европейского макрорегиона. Восстановление туристского рынка РБ предполагает не только возврат к объемам 2019 года, но и внедрению новых моделей туризма, которые являются более инклюзивными, устойчивыми, связанными с развитием умного туризма, внедрением цифровизации и дополнительными факторами.

Как показывает опыт Испании и других рассмотренных стран Европейского макрорегиона национальные, региональные и местные органы власти приняли различные меры для восстановления и повторного включения туристического сектора. Многие страны разрабатывают меры по повышению устой-



чивости сектора к будущим кризисам. К ним относятся планы по поддержке устойчивого восстановления туризма, содействию цифровизации и переосмыслению туризма на будущее. Перспективы туризма на ближайшие годы остаются неопределенными, так как зависят от ряда факторов, например, развитие пандемии, ограничения на поездки, готовность туристического бизнеса удовлетворить изменившийся спрос, доверие потребителей и динамика доходов в экономике в целом.

### **1. Зеленая трансформация**

Республика Беларусь имеет достаточный потенциал для развития «зеленого» туризма в стране. Выступая под брендом «Легкие Европы» стране необходимо продвигать экотуризм, сельский туризм, туризм с элементами устойчивого развития. Продвижение данного бренда способствует привлечению путешественников особенно в период после пандемии COVID-19. В отчете Euronews travel trend подчеркивается, что туристы будут искать более персонализированные туристские продукты, но не за счет планеты, а местных сообществ [50]. Поэтому для развития «зеленого» туризма недостаточно наличие благоприятной местности, в частности болот, лесов и озер, необходимо полная трансформация к более экологичному производству.

Чтобы воплотить концепцию "зеленого перехода", индустрия туризма должна разработать более устойчивые модели туристического бизнеса. В этом процессе туристические операторы должны инвестировать в экологически ответственные методы размещения, питания, развлечений и транспорта, среди прочего. Подходящие решения для поддержки перехода к зеленой, с низким уровнем выбросов и устойчивой к изменению климата туристской экономике будут зависеть от управления и взаимодействия между государственным и частным секторами. Туризм коллерирует с другими секторами (сельское хозяйство, розничная торговля, строительство, образование, культура, креативные индустрии, транспорт и т.д.) и оказывает значительное косвенное воздействие на всю экономику. Улучшения в области устойчивых методов и инвестиций также окажут влияние на многие различные сектора, помимо туризма. В Беларуси уже утверждена Национальная стратегия развития туризма до 2035, где одним из главных пунктов является переход к устойчивому туризму. Основной целью стратегии развития является вход РБ в число 100 дестинаций устойчивого туризма посредством увеличения вклада туризма в экономику страны, предполагающий инновационное развитие, высокий уровень конкурентоспособности, создание новых рабочих мест и рост качества жизни населения [4]. По индексу достижений глобальных Целей устойчивого развития (ЦУР) Беларусь в 2021 году заняла 24 место, снизив свое положение на 1 место в сравнении с предыдущими годами [44]. Данный показатель является одним из лучших в Во-

сточной Европе, однако балл в 79% из 100% показывает, что еще не все ЦУР достигнуты.

Зеленый переход также должен использовать «круговую экономику» (сокращение и повторное использование, ремонт, модернизация и переработка). Во время пандемии COVID-19 Беларусь на время отказалась от соблюдения экологических норм, что замедлило процесс перехода к «зеленой» экономике. По данным Йельского центра экологического права и политики Беларусь занимает 49-е место в мире по индексу экологических показателей [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Данный показатель является очень низким в сравнении с другими странами Европейского макрорегиона (К примеру, Испания занимает 14, Польша - 37, Латвия - 36), поэтому для развития «зеленого» туризма Республике Беларусь в первую очередь следует наладить экологичность производства: учитывать выбросы CO<sub>2</sub>, наладить управление отходами, принять меры по защите биоразнообразия страны и другие.

Туризм после COVID должен учитывать устойчивые цели, чтобы смягчить воздействие туристических потоков на дестинации. Например, даже небольшие инициативы, такие как увеличение доли местных продуктов в меню, могут помочь в экологизации отрасли. Инвестиции в зеленую инфраструктуру могут стать центральным элементом восстановления экономики с использованием устойчивого развития.

Стоит отметить, что для достижения устойчивого перехода в РБ, необходимо переквалификация работников сферы туризма. Устойчивые методы должны быть включены в национальные учебные и учебные программы по туризму. Сотрудники сферы туризма, начиная с уровня фронт-офиса и бэк-офиса и заканчивая высшими руководящими должностями в сфере туризма, должны совершенствовать свои знания, навыки и компетенции в области устойчивого развития. Например, в ресторанах стоит проводить мероприятия, как максимально использовать местные ингредиенты и сократить количество пищевых отходов.

Таким образом для зеленой трансформации Республике Беларусь необходимо:

- создание новых продуктов в рамках бренда «Легкие Европы»
- использование более устойчивых моделей в индустрии туризма
- использование круговой экономики и экологичности производства
- переквалификация работников в сфере туризма на всех уровнях производства.

## **2. Цифровая трансформация**

Цифровизация представляет собой огромные возможности для туристического сектора. Требования туристических компаний носят глобальный характер, однако они в основном работают в местных условиях, а МСП имеют огра-

нические возможности для инвестирования во внедрение цифровых технологий. Поэтому для цифровизации производства необходимы инвестиции в цифровую инфраструктуру, которые не зависят от туризма, а зависят от общей цифровизации экономики и общества. К примеру, для цифровой трансформации в Беларуси можно начать с охвата большей территории услугами широкополосной связи, включая 4 и 5G. По словам вице-президента компании, Ericsson А. Ильяича, 5G является самой экологичной сотовой связью, благодаря сокращению энергопотребления и выбросов углекислого газа [1]. Данные услуги не являются «специфичными для туризма», но охватывают многогранные аспекты жизни (например, образование, ведение бизнеса и т.д.).

Сектор туризма является «информационно насыщенным» (используется большое количество данных), что важно для использования стимулирующих технологий. Для облегчения доступа к данным должна быть реализована стратегия сбора данных о туризме, позволяющая органам власти получать доступ к подходящим данным для решения и достижения устойчивости в управлении туризмом. Глобальная консалтинговая компания по инновациям Orinno провела исследование, где результатом является то, что туристы после пандемии COVID-19 будут иметь еще более цифровой профиль и находиться в поиске альтернативы для своего отдыха через онлайн-платформы [52]. Туристы будут более склонны к цифровым решениям, предоставляющим персонализированную информацию в режиме реального времени. Данные о туризме также позволят заинтересованным сторонам в сфере туризма использовать данные в режиме реального времени и приведут к более эффективному принятию решений на основе соответствующих данных. Например, системы туристической аналитики такие, как данные о прибытии и взаимодействии туристов с туристскими объектами, собранные и проанализированные с использованием искусственного интеллекта, предоставляющие в режиме реального времени, сводные данные о прибытиях туристов, ночевках, транспорте, расходах, будут иметь преимущество как для бизнеса, так и для дестинаций Республики Беларусь. Дестинации с информационными панелями предоставляют информацию в режиме реального времени о количестве посетителей, количестве туристов, туристических расходах, туристических потоках, которые важны для принятия разумных и основанных на данных решений.

Пандемия подчеркнула необходимость внедрения стимулирующих технологий в индустрии туризма по всей производственно-сбытовой цепочке, что в настоящее время в индустрии туризма на территории РБ является недостаточным. Эти вспомогательные технологии могут включать мобильные технологии, анализ данных, искусственный интеллект, интернет-продукты, AR и VR, технологии блокчейна и другие.

Таким образом для цифровой трансформации Республике Беларусь необходимо:

- инвестиции в цифровое производство
- новая стратегия сбора данных о туризме. Использование данных в реальном времени
- внедрение стимулирующих технологий в индустрии туризма.

### **3. Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь**

Опираясь на опыт Испании в ближайшей перспективе в РБ стоит ожидать, что внутренний туризм станет основным видом туризма, способствующему восстановлению и поддержки туристского сектора.

Для повышения внутреннего туризма в стране следует уделять внимание развитию туризма в регионах, повышая качество, производительность и эффективность туристического сектора в отдельно взятой местности. COVID-19 показал, что любое место может быть туристическим направлением. Менее густонаселенные сельские районы, национальные парки и другие места, связанные с природой, стали выигрышными для отдыха и путешествий во время пандемии, в основном для местных посетителей. Это, вероятно, продолжится и в ближайшие годы, поэтому нужны профессиональные инструменты управления потоком посетителей и дестинациями, чтобы продолжать поощрять устойчивый и благоприятный для климата туризм. Туристическое предложение должно основываться на природной и культурной самобытности региона, привлекать туристов по всей территории и четко формулировать управление туристической экосистемой, чтобы избежать вредных последствий чрезмерного туризма.

Крупные города должны более активно взаимодействовать с окружающей территорией, чтобы разнообразить достопримечательности и создать местное предложение для жителей. Стоит проводить различные маркетинговые исследования для привлечения туристов в отдельные регионы, развивать инфраструктуру в регионах и близлежащих туристических объектов, повышать осведомленность туристов о наличии различных видов туризма в отдельных регионах. Что касается осведомленности туристов, то взаимодействие с социальными сетями является наиболее эффективным продвижением предложения внутреннего туризма для разной возрастной категории местного населения. Так в пример можно привести уже созданный челлендж на платформе TikTok, где человек использует маску, которая показывает туристический объект Беларуси, который ему стоит посетить, а после он снимает короткие видео как результат посещения данного места. Для повышения внутреннего туризма также стоит создавать новые туристические продукты, сокращая степень сезонности продукта. К примеру создание зимних экотроп, которые будут показывать природу в зимнюю пору года, изучая жизнь животных в данный период.

Использование инновационного и открытого подхода в подготовке туристских регионов РБ поможет увеличить производительность в некоторых сегментах туристической индустрии. Не только государственный сектор, но и другие участники туристского сектора должны принять участие. Идеи и инновации, а также новые партнерские отношения должны быть ускорены. Здесь государственный сектор может сыграть определенную роль в вдохновении, мотивации и поддержке идей, инноваций, новаторских сетей и партнерств. Более того государственному сектору стоит инвестировать и предложить различные льготные условия для МСП, которые занимаются различными видами туризма, продвигающие внутренний туризм (агро-экотуризм, сельский туризм, туры по туристическим объектам и так далее). Необходимо укреплять партнерские отношения между государственным управлением, отраслевой политикой, государственными службами, мелкими и крупными частными заинтересованными сторонами в регионах и крупными организациями туристической индустрии за пределами региона, чтобы внутренний туризм имел высокие показатели. Необходимо обеспечить лучшую координацию между национальной и региональной политикой, мерами в области туризма. Для внедрения инноваций между организациями и другими секторами, туристические компании могут работать с предприятиями в других секторах, чтобы определять новые туристические сегменты и создавать продукты для их удовлетворения. Например, отели могут сотрудничать с больницами, чтобы предлагать медицинские пакеты для отдыха и релаксации. Сотрудничество между компаниями также позволяет снизить затраты на рабочую силу и устранить узкие места. Например, в некоторых странах Европы бортпроводники прошли переподготовку для оказания поддержки в больницах с нехваткой персонала, что является хорошим предложением для Республики Беларусь в связи с временным «закрытием воздушного пространства» и уменьшением количества полетов белорусской авиакомпании Belavia.

Таким образом, для развития внутреннего туризма Республике Беларусь необходимо:

- развитие регионального туризма (инфраструктура, осведомлённость местных жителей);
- создание новых туристских продуктов;
- инновационный и открытый подход в производительности туристских услуг.

Выводы по главе 3:

1. В данной главе было проанализировано восстановление туристского рынка стран Европейского макрорегиона после пандемии COVID-19. По итогам анализа можно сказать, что рынок Европейского макрорегиона начинает восстанавливаться медленными темпами и неравномерно. Восстановление за-

висит от открытия странами границ и снятия жестких ограничений, вызванных пандемией COVID-19. Страны, находящиеся в составе ЕС, имеют более выгодное положение в восстановлении туризма в своих странах, так как отсутствие границ и визовых требований в первую очередь способствует быстрому восстановлению туристских потоков. Анализ показал, что во время пандемии COVID-19 во многих странах, например, Испании начал развиваться внутренний туризм, который позволил немного удержать экономическое положение страны.

2. С целью дальнейшего развития туризма в странах Европейского туристского макрорегиона, в частности Испании, был произведен оценочный анализ восстановления различных сегментов в индустрии туризма. Анализ показал, что восстановление таких видов туризма, как MICE, 3S, групповой и круизный, которые имели высокую долю в ВВП страны, произойдет в самую последнюю очередь, что еще долгое время не будет повышать экономический рост страны. Быстрее всего произойдет восстановление внутреннего туризма в стране. Поэтому страна начала переориентацию производства туристских услуг и разработку новых туристских продуктов, направляя страну к новой модели развития туризма с использованием устойчивого развития. Данный анализ послужил примером для других стран Европейского макрорегиона в направлении усилий в восстановлении экономики после пандемии COVID-19.

3. Республика Беларусь во время пандемии COVID-19 применяла различные меры по предотвращению и смягчению негативных последствий пандемией, однако анализ турпотоков показал, что данные меры оказались недостаточными для развития и сохранения туризма. С целью восстановления туризма в стране необходимо основываться на опыте других стран Европейского макрорегиона в борьбе с пандемией COVID-19. С целью долгосрочного восстановления туристического сектора Республики Беларусь к основным рекомендациям относятся:

- Трансформация индустрии туризма к «зеленому» туризму, который предполагает устойчивое развитие туристского сектора страны;
- Цифровизация в производстве новой модели туризма страны;
- Развитие внутреннего туризма в стране.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пандемия, вызванная COVID-19, стала следствием одного из самых крупнейших и масштабных экономических кризисов в истории человечества. Для борьбы с пандемией правительства стран Европейского туристского макрорегиона приняли ряд ограничивающих мер, из-за которых в большей степени пострадал туристский сектор. Закрытие странами границ привело к полному прекращению туристской деятельности, что оказало значительное влияние на страны Европейского туристского макрорегиона, чье ВВП в большей степени зависит от туризма. Последствия также коснулись сокращения располагаемого дохода многих семей, что повлияло на способность туристов тратить средства даже после того, как ограничительные меры стали более гибкими. Хотя туризм является самым уязвимым сектором, зависящим от внешних и внутренних факторов, стоит отметить, что индустрия туризма динамична и постоянно развивается, а уязвимость формирует его устойчивость к появлению новых рисков и угроз. Пандемия COVID-19 отразила психологическое, социально-экономическое и культурное влияние на различные стороны в сфере туризма.

В ходе работы было проанализировано развитие национальных туристских рынков Европейского макрорегиона в период, во время и после пандемии COVID-19, а также были оценены ключевые преимущества, способствующие дальнейшему развитию туризма в постковидный период.

На примере Испании, как страны с наибольшим количеством посещений туристов, а также высокой долей вклада туризма в ВВП страны (14%), было рассмотрено влияние пандемии COVID-19 на Европейский туристский макрорегион. Испания потеряла более 60 % всех доходов от туризма за 2020 и 2021 годы, что привело к снижению ВВП страны и потере рабочих мест. Однако с каждым днем испанское правительство формирует стратегии для восстановления сектора туризма. Другими странами Европейского туристского макрорегиона также были скорректированы национальные туристские стратегии. Большая часть стран основывалась на плане развития туризма до 2030, который был подготовлен Европейской Комиссией. Данный план включает развитие и внедрение устойчивого туризма; улучшение транспортной доступности на региональном уровне; развитие «голубой экономики»; развитие и внедрение цифровизации в туристскую сферу.

Международные организации, такие как ЮНВТО, Всемирный банк, ВОЗ, ОЭСР, МОТ, IATA, ACI, CLIA, DFWC, PATA, WEF, WTTC, в свою очередь, подготовили стратегии, направленные на восстановление туристского рынка после кризиса, вызванного пандемией COVID-19. Основными принципами,

входящими в стратегии, являются устойчивое развитие, обеспечение безопасности, сотрудничество и партнерство, здоровье и гигиена, а также диджитализация. ЮНВТО совместно с другими международными организациями подготовили план развития туризма на 2022-2023 года, где в приоритетах остается устойчивое развитие туризма и сохранение наследия дестинаций, а также добавлены приоритеты к переходу к умному и зеленому туризму, следствием которого является создание новых рабочих мест и обучение сотрудников.

С появлением кризиса, вызванным пандемией коронавируса, были сформированы основные тенденции для туристского сектора Европейского туристского макрорегиона:

- Безопасный и экологичный туризм;
- Использование цифровых средств управления и информации;
- Возрастающая потребность в цифровых навыках;
- Увеличение эффективности и значимости устойчивого туризма;
- Защита окружающей среды;
- Изменение подхода в организации развития регионального и сельского туризма;
- Ускорение разработки и внедрения новых туристских продуктов.

С конца 2021 года национальные правительства стран Европейского туристского макрорегиона начинают снимать жесткие ограничения, связанные с вакцинацией и въездом в страну, открывать страны для туристов, выдавая туристические визы, что позволяет более быстрому восстановлению туризма. На примере Беларуси, Испании, Греции и Черногории было рассмотрено и проанализировано восстановление туристских потоков. По итогам анализа можно сказать, что рынок Европейского макрорегиона начинает восстанавливаться медленными темпами и неравномерно. Восстановление зависит от открытия странами границ и снятия жестких ограничений, вызванных пандемией COVID-19. Страны, находящиеся в составе ЕС, имеют более выгодное положение в восстановлении туризма в своих странах, так как отсутствие границ и визовых требований в первую очередь способствует быстрому восстановлению туристских потоков. Анализ показал, что во время пандемии COVID-19 во многих странах, например, Испании начал развиваться внутренний туризм, который позволил немного удержать экономическое положение страны.

С целью дальнейшего развития туризма в странах Европейского туристского макрорегиона, в частности Испании, был произведен оценочный анализ восстановления различных сегментов в индустрии туризма. Анализ показал, что восстановление таких видов туризма, как MICE, 3S, групповой и круизный, которые имели высокую долю в ВВП страны, произойдет в самую последнюю очередь, что еще долгое время не будет повышать экономический рост страны.



Быстрее всего произойдет восстановление внутреннего туризма в стране. Поэтому страна начала переориентацию производства туристских услуг и разработку новых туристских продуктов, направляя страну к новой модели развития туризма с использованием устойчивого развития. Данный анализ послужил примером для других стран Европейского макрорегиона в направлении усилий в восстановлении экономики после пандемии COVID-19.

Анализ восстановления туристского рынка Республики Беларусь показал, что меры, предпринятые с целью смягчения негативных последствий в связи с кризисом, оказались недостаточными для развития и сохранения туризма. Для восстановления туризма в стране необходимо основываться на опыте других стран Европейского туристского макрорегиона в борьбе с пандемией COVID-19. Рекомендуется развивать внутренний туризм в стране; трансформировать индустрию туризма к «зеленому» туризму, который предполагает устойчивое развитие туристского сектора страны; применять цифровизацию в производстве новой модели туризма страны.

Таким образом, в данной работе были проанализированы основные факторы, влияющие на развитие туризма в Европейском туристском макрорегионе; выявлены современные тенденции (с учетом пандемии COVID-19), влияющие на развитие туризма в Европе; рассмотрены особенности развития туризма в Испании, как одной из стран Европейского туристского макрорегиона, на которую пандемия оказала большее влияние; изучены стратегии национальных правительств и международных организаций в борьбе с кризисом; проанализировано восстановление туристских потоков в Европейском туристском макрорегионе; разработаны рекомендации по преодолению последствий пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе при разработке возможных мероприятий, направленных на развитие национального туристского рынка Беларуси.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. 5G: вопросы экологии [Электронный ресурс] // Коммерсант. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4473478>. – Дата доступа: 01.05.2022.
2. Гайдукевич Л.М. Современные тенденции развития международного туризма в мире и Республике Беларусь в условиях глобализации : материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию основания каф. междунар. туризма фак. междунар. отношений БГУ/ Л. М. Гайдукевич//. – Минск : БГУ, 2018. – 291 с.
3. Как изменился мировой туризм в 2021 году: Внутренний, виртуальный, безопасный [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/27283/4419025/>. – Дата доступа: 16.04.2022.
4. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. – Режим доступа: [http://mst.by/uploads/files\\_news/strateg-1671.pdf](http://mst.by/uploads/files_news/strateg-1671.pdf). – Дата доступа: 09.04.2022.
5. Новый Закон «О туризме»: — для защиты прав потребителей турслуг вводится институт финансовых гарантий [Электронный ресурс] // Экономическая газета – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/novyj-zakon-o-turizme-dlya-zaschity-prav-potrebitelej-turuslug-vvoditsya-institut-finansovyh-garantij/>. – Дата доступа: 01.05.2022.
6. О поддержке экономики [Электронный ресурс] : Указ президента Республики Беларусь о поддержке экономики № 143 от 24 апреля 2020 г.// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-143-ot-24-aprelja-2020-g-23485>. – Дата доступа: 18.04.2021.
7. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь № 129-3 от 11 ноября 2021 г.// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129&p1=1>. – Дата доступа: 18.04.2021.
8. Осуществление общей программы работы [Электронный ресурс] // ЮНВТО. – Режим доступа: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-02/A24\\_5\\_a\\_Programme\\_of\\_Work\\_rev.3\\_Ru.pdf?jPqma5Kr8mUM6IGBqllgz6y434RkfOym](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-02/A24_5_a_Programme_of_Work_rev.3_Ru.pdf?jPqma5Kr8mUM6IGBqllgz6y434RkfOym). – Дата доступа: 12.04.2022.
9. Рост экономики Беларуси во время пандемии: отказ от локдауна и открытые границы [Электронный ресурс] // Экономическая газета – Режим до-

ступа: <https://zviestki.info/2021/08/09/rost-ekonomiki-belarusi-vo-vremya-pandemii-otkaz-ot-lokdauna-i-otkrytie-granitsy/>. – Дата доступа: 15.04.2022.

10. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // [belstat.gov](http://belstat.gov.by). – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/977/977eaf21ce671ba5e521f8b05fdc6e99.pdf>. – Дата доступа: 16.03.2022

11. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // [belstat.gov](http://belstat.gov.by). – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/bdb/5m646w0m8jakqh7ad30i5cwp5qx7ncws.pdf>. – Дата доступа: 16.03.2022.

12. Туризм-в-условиях-covid-19 [Электронный ресурс] // DW. – Режим доступа: [www.dw.com](http://www.dw.com). – Дата доступа: 21.01.2022.

13. Adapting To Endemic Covid-19: The Outlook For Business Travel [Electronic resource] // World Travel & Tourism Commission. – Mode of access: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC%20Adapting%20to%20Endemic%20Covid%20-%20Business%20Travel%20Outlook%2011121.pdf?ver=2021-11-02-082813-280> . – Date of access: 20.03.2022.

14. Commission tourist flows in Greece [Electronic resource] // GTP. – Mode of access: <https://news.gtp.gr/2022/02/10/eu-commission-tourist-flows-lift-greece-economy-2021/> – Date of access: 18.03.2022.

15. Countries-in-europe-ranked-by-international-tourist-arrivals [Electronic resource] // [statista.com](http://statista.com). – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/261729/countries-in-europe-ranked-by-international-tourist-arrivals/>. – Date of access: 01.02.2022.

16. COVID-19 and tourism statistics [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-statistics>. – Date of access: 05.03.2022.

17. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain [Electronic resource] / José Miguel Rodríguez-Antón and María del Mar Alonso-Almeida. – Mode of access: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/sustainability-12-08599.pdf>. – Date of access: 07.02.2022

18. Director General's Report on the Air Transport Industry, AGM 2021, Boston [Electronic resource] // [iata.org](http://iata.org). – Mode of access: <https://www.iata.org/en/pressroom/speeches/2021-10-04-01/>. – Date of access: 02.02.2022.

19. Economy finance forecast [Electronic resource] // [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu). – Mode of access:

- [https://ec.europa.eu/economy\\_finance/forecasts/2020/spring/ecfin\\_forecast\\_spring\\_2020\\_me\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/economy_finance/forecasts/2020/spring/ecfin_forecast_spring_2020_me_en.pdf). – Date of access: 20.03.2022.
20. Economy finance forecast [Electronic resource] // ec.europa.eu. – Mode of access: [https://ec.europa.eu/economy\\_finance/forecasts/2020/autum/ecfin\\_forecast\\_autum\\_2020\\_me\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/economy_finance/forecasts/2020/autum/ecfin_forecast_autum_2020_me_en.pdf). – Date of access: 21.03.2022.
21. Environmental Performance Index [Electronic resource] // Epi.yale.edu. – Mode of access: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/blr>. – Date of access: 17.04.2022.
22. Environmental Performance Index [Electronic resource] // Epi.yale.edu. – Mode of access: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/esp>. – Date of access: 17.04.2022.
23. EU Support to tourism [Electronic resource] // Eca.europa.eu. – Mode of access: [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21\\_27/SR\\_EU-invest-tourism\\_EN.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_27/SR_EU-invest-tourism_EN.pdf). – Date of access: 19.04.2022.
24. European Regional Development Fund [Electronic resource] // European Commission. – Mode of access: <https://cohesiondata.ec.europa.eu/funds/erdf>. – Date of access: 15.03.2022
25. European tourism: trends & prospects [Electronic resource] // European Travel Commission. – Mode of access: [https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC\\_Quarterly\\_Report-Q2\\_2021.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC_Quarterly_Report-Q2_2021.pdf). – Date of access: 17.01.2022
26. Eurostat regional yearbook [Electronic resource] / General and regional statistics // Eurostat. – Mode of access: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/KSHA18001ENN.en.pdf>. – Date of access: 17.01.2022.
27. International tourism and COVID-19 [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. – Date of access: 02.02.2022.
28. International travels and covid-19. [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. – Date of access: 17.03.2022.
29. Most dependent on tourism countries [Electronic resource] // tourism-reviw.com. – Mode of access: <https://www.tourism-review.com/countries-most-dependent-on-tourism-news11499>. – Date of access: 20.03.2022.
30. Nine scenarios for the COVID-19 economy [Electronic resource] // mckinsey.com. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/nine-scenarios-for-the-covid-19-economy>. – Date of access: 19.04.2022.

31. OECD initiative for safe international mobility during the COVID-19 pandemic [Electronic resource] // OECD. – Mode of access: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/oecd-initiative-for-safe-international-mobility-during-the-covid-19-pandemic-including-blueprint-d0594162/>. – Date of access: 03.03.2022.
32. OECD Tourism Trends and Policies 2020 [Electronic resource] // OECD. – Mode of access: European Union Member States of the OECD <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6b47b985-en/index.html?itemId=/content/publication/6b47b985-en>. – Date of access: 07.01.2022.
33. Official Journal of the European Union [Electronic resource] // European Commission. – Mode of access: [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/OP20\\_06/OP20\\_06\\_EN.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/OP20_06/OP20_06_EN.pdf). – Date of access: 07.03.2022.
34. Rebuilding tourism competitiveness [Electronic resource] // Markets & Technology Global Tourism Team. – Mode of access: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34348/Rebuilding-Tourism-Competitiveness-Tourism-response-recovery-and-resilience-to-the-COVID-19-crisis.pdf?sequence=5>. – Date of access: 18.01.2022.
35. Regional impacts of the COVID-19 crisis on the tourist sector [Electronic resource] / Kai Böhme, Silke Haarich // European Commission. – Mode of access: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/reg\\_%20impacts\\_covid\\_tourism\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/reg_%20impacts_covid_tourism_en.pdf). – Date of access: 17.01.2022.
36. Regions and cities programme [Electronic resource] // ec.europa.eu. – Mode of access: [https://europa.eu/regions-and-cities/programme/sessions/1489\\_en](https://europa.eu/regions-and-cities/programme/sessions/1489_en). – Date of access: 05.03.2022.
37. Scenarios towards co-creation of transition pathway for tourism for a more resilient, innovative and sustainable ecosystem [Electronic resource] // European Commission. – Mode of access: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45977/attachments/1/translations/en/renditions/native>. – Date of access: 16.03.2022.
38. Spain received 2.5 million international tourists in January, compared to 437,973 in the same month of 2021 [Electronic resource] // Ine.es. – Mode of access: [https://www.ine.es/en/daco/daco42/frontur/frontur0122\\_en.pdf](https://www.ine.es/en/daco/daco42/frontur/frontur0122_en.pdf). – Date of access: 17.03.2022.
39. Spain sees tourism back to prepandemic levels in 2022 after solid Sept data [Electronic resource] // reuters.com. – Mode of access: <https://www.reuters.com/business/cop/foreign-tourism-spain-surges-september-still-far-2019-levels-2021-11-03/>. – Date of access: 17.03.2022.

40. Spain's travel sector can't afford to wait to recover. What can stakeholders do? [Electronic resource] // mckinsey.com. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/spains-travel-sector-cant-afford-to-wait-to-recover-what-can-stakeholders-do>. – Date of access: 19.04.2022.
41. Technical meeting on COVID-19 and sustainable recovery in the tourism sector [Electronic resource] // ILO. – Mode of access: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms\\_844312.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_844312.pdf). – Date of access: 14.03.2022.
42. The Covid-19 crisis and tourism: Response and recovery measures to support the tourism sector in OECD countries [Electronic resource] // G20. – Mode of access: [https://www.g20-insights.org/policy\\_briefs/the-covid-19-crisis-and-tourism-response-and-recovery-measures-to-support-the-tourism-sector-in-oecd-countries/](https://www.g20-insights.org/policy_briefs/the-covid-19-crisis-and-tourism-response-and-recovery-measures-to-support-the-tourism-sector-in-oecd-countries/). – Date of access: 12.01.2022.
43. The Government announces a new 720 million euro public tender for tourism sustainability and a National Gastronomic Tourism Plan [Electronic resource] // lamoncloa.gob.es. – Mode of access: [https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/presidente/news/Paginas/2022/20220121\\_fitur.aspx](https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/presidente/news/Paginas/2022/20220121_fitur.aspx). – Date of access: 19.04.2022
44. The overall performance of all 193 UN Member States [Electronic resource] // Sdindex.org. – Mode of access: <https://dashboards.sdindex.org/rankings>. – Date of access: 19.04.2022.
45. The World Tourism Organization [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/>. – Date of access: 07.02.2022.
46. This is the impact of COVID-19 on the travel sector [Electronic resource] // World Travel & Tourism Commission. – Mode of access: <https://www.weforum.org/agenda/2022/01/global-travel-tourism-pandemic-covid-19/>. – Date of access: 04.02.2022.
47. Tourism grows in 2021 but remains far below pre-pandemic levels [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>. – Date of access: 20.03.2022.
48. Tourism in Montenegro [Electronic resource] // dip.org. – Mode of access: <https://dip.org.ua/en/tourism/montenegro-is-looking-for-a-replacement-for-russian-and-ukrainian-tourists/>. – Date of access: 19.03.2022.
49. Travel and tourism – total GDP of Greece [Electronic resource] // statista.com. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/644573/travel-tourism-total-gdp-contribution-greece/>. – Date of access: 18.03.2022.

50. Travel Trend Report [Electronic resource] // euronews.com. – Mode of access: <https://static.euronews.com/website/pdf/euronews-trend-report-travel-after-Oct-2020.pdf>. – Дата доступа: 16.04.2022.

51. UNWTO world tourism barometer [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>. – Date of access: 20.03.2022.

52. We deliver impact through innovation [Electronic resource] // Opinno.com. – Mode of access: <https://opinno.com/en>. – Date of access: 19.04.2022

53. What we do [Electronic resource] // ec.europa.eu. – Mode of access: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility/recovery-and-resilience-plan-spain\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility/recovery-and-resilience-plan-spain_en). – Date of access: 20.03.2022.

54. What we do [Electronic resource] // unwto.org. – Mode of ccess: <https://www.unwto.org/who-we-are>. – Date of access: 20.03.2022.

Таблица А – Эндогенные и экзогенные тренды

Тенденция	Включает
<i>Экзогенные тренды</i>	
Технологические тренды	Перемещение производства
	Большие данные
	Инновации в образовательной сфере
	Промышленная революция 4.0
	Переход к цифровой экономике
	Внедрение искусственного интеллекта в бизнес и социальные процессы
Экологические тенденции	Более устойчивая городская мобильность
	Загрязнение морей
	Изменение климата
	Утрата биоразнообразия
	Снижение энергоемкости и углеродоемкости
	Увеличение перевозок на большие расстояния
<i>Экзо и Эндогенные тренды</i>	
Экономические тенденции	Экономика замкнутого цикла
	Кооперативная экономика
	Нематериальная и платформенная экономика
	Монополизация
	Глобальный рост среднего класса
	Более высокие темпы роста в развивающихся странах
	Напряженность в мировой торговле и рост протекционизма
Социальные тенденции	Увеличивающаяся урбанизация
	Неравномерный демографический рост
	Старение населения
	Миграционные изменения
	Изменение социальных ценностей и норм
	Общение и проведение досуга в виртуальном пространстве
	Увеличение использования социальных сетей
<i>Эндогенные тренды</i>	
Политические тенденции	Неонационализм
	Возрастающая глобальная напряженность
	Акцент на глобальных соглашениях об устойчивом развитии
	Внешние угрозы безопасности
	Электронное управление
	Свободная торговля
	Различия в качестве управления

Примечание: составлено автором на основе [25].



Таблица Б – Мероприятия ЕС по развитию туризма до 2030 года

Проблема	Предложение по решению проблемы	Предполагаемый результат к 2030 году
Повысить способность ЕС справляться с изменениями, влияющими на поездки	<p><b>Комиссия:</b> разрабатывает готовность к началу скоординированных действий в отношении ограничений для свободного передвижения на Едином рынке.</p> <p><b>ЧГ:</b> усилия могли бы быть сосредоточены на национальной готовности к ситуациям, которые требуют координации на национальном и европейском уровнях в отношении свободного передвижения внутри и между ЧГ и странами за пределами ЕС</p> <p><b>Индустрия:</b> может осуществлять инвестиции в адаптацию и обеспечение готовности</p>	ЕС будет готов быстро координировать действия ЧГ и предоставлять актуальную и четкую информацию для поездок, если это необходимо.
Повысить эффективность использования средств для модернизации ключевых туристских инфраструктур	<p><b>Комиссия:</b> информирует о возможностях финансирования (Фонд восстановления и жизнестойкости), регулярное обновление Руководства по финансированию туризма ЕС)</p> <p><b>ЧГ:</b> могли бы информировать о национальном и местном финансировании, эффективном распределении и освоении средств, доступных в рамках Фонда и финансовых программ, а также о национальном финансировании</p> <p><b>Индустрия:</b> могли бы активно участвовать в открытых конкурсах и модернизации инфраструктуры, стимулировать частные инвестиции</p>	Ключевые туристские инфраструктуры способны работать на уровне, близком к нормальному, в условиях кризиса, обеспечивая безопасное и беспрепятственное передвижение.
Укрепление трансграничного сотрудничества, рассмотрение инициатив на уровне морского бассейна и макрорегиональном уровне	<p><b>Комиссия:</b> оценивает инициативы на уровне морского бассейна и макрорегиональном уровне</p> <p><b>ЧГ:</b> могли бы извлечь выгоду из обмена передовым опытом и регионального сотрудничества</p> <p><b>Индустрия:</b> могли бы внести свой вклад за счет активного участия, особенно МСП и стартапов</p>	Усовершенствованные инструменты региональной политики в области устойчивого туризма

Окончание таблицы Б.

<p>Улучшение доступа к туризму и снижение региональной уязвимости</p>	<p><b>Комиссия:</b> информирует о финансировании, доступном для туристического бизнеса, социального туризма и регионального развития  <b>ЧГ:</b> могли бы отслеживать сезонность и плотность туризма и искать стратегические ответные меры, включая рассмотрение вопроса о доступном туризме  <b>Индустрия:</b> могли бы разработать стратегии для решения проблемы доступного туризма для всех, включая инклюзивный туризм</p>	<p>Стратегии межсезонного туризма, включая доступный туризм и комбинированные формы отдыха и удаленной работы, внедрены почти во всех направлениях</p>
<p>Цифровизация процедур получения шенгенских виз для граждан третьих стран</p>	<p><b>Комиссия:</b> работает над полной цифровизацией визовых процессов (например, многократные визы, процесс подачи электронных заявлений, категории путешественников)  <b>ЧГ:</b> можно было бы внедрить новые цифровые процессы получения шенгенских виз  <b>Индустрия:</b> можно было бы инвестировать в технологии для поддержки процесса</p>	<p>Улучшенный шенгенский визовый режим для краткосрочного пребывания и процедуры подачи заявлений повышают привлекательность ЕС как туристического направления</p>
<p>Поддержка конкурентоспособных, устойчивых и инновационных европейских туристических предприятий</p>	<p><b>Комиссия:</b> поддерживает европейские инновационные туристические МСП и промышленное сотрудничество  <b>ЧГ:</b> могли бы предоставить МСП рекомендации по финансированию и инновациям, особенно в уязвимых регионах  <b>Индустрия:</b> могли бы активно участвовать в создании инновационных партнерств и извлекать выгоду из вариантов финансирования</p>	<p>Половина туристических предприятий имеют бизнес-стратегии, направленные на обеспечение их активной деятельности в течение всего года</p>
<p>Подготовка кадров для сферы туризма в соответствии с современными требованиями туризма</p>	<p><b>Комиссия:</b> поддерживает разработку и подписание партнерства по развитию навыков в сфере туризма  <b>ЧГ:</b> могли бы обеспечить активную координацию подходов к навыкам для туристической экосистемы  <b>Индустрия:</b> могла бы активно участвовать в переподготовке и повышении квалификации рабочей силы, ценить молодых работников с соответствующей подготовкой для туризма</p>	<p>Как минимум 70% работников сферы туризма прошли подготовку по специальности, имеющей отношение к туризму, или участвовала в переподготовке/повышении квалификации.</p>

Примечание: составлено на основе [36]

**Таблица В – Мероприятия ЕС по развитию туризма до 2030 года**

<b>2014 – 2020</b>	<b>2021 – 2027</b>
1. Европейский фонд стратегических инвестиций (EFSI)	1. Фонд восстановления и жизнестойкости (RFF)
Туристическая инфраструктура (региональные аэропорты, порты и т.д.); энергоэффективность отелей и туристических курортов; возрождение заброшенных полей для рекреационных целей; соглашения о финансировании МСП в сфере туризма	Как определено в Национальных планах восстановления и устойчивости
2. Европейский Фонд регионального развития и Фонд сплочения (ERDF/CF)	2. Европейский Фонд регионального развития и Фонд сплочения (ERDF/CF)
Связанные с туризмом ИТ-продукты; инновационные туристические услуги; защита, продвижение и развитие природных и культурных туристических активов и сопутствующих услуг; маломасштабная инфраструктура культурного и устойчивого туризма; профессиональная подготовка, повышение квалификации.	ERDF: Инвестиции для укрепления экологической, социально-экономической устойчивости туризма в долгосрочной перспективе, преобразования сектора путем изучения инновационных решений; CF: связанные с туризмом инвестиции в окружающую среду и в трансъевропейские транспортные сети, в частности в регионах с экономикой, сильно зависящей от туризма
3. Европейский социальный фонд (ESF)	3. Европейский социальный фонд Плюс (ESF+)
Обучение работников, чтобы помочь компаниям справиться с реструктуризацией или нехваткой квалифицированных работников; обучение людей, находящихся в трудной ситуации; поддержка взаимного обучения, создание сетей, а также распространение и продвижение передовой практики и методологий в области социальных инноваций	Действия по поддержке мер по обеспечению занятости молодежи; сопровождение перехода к «зеленым» и цифровым технологиям путем стимулирования инвестиций в рабочие места и возможности повышения квалификации
4. Европейский сельскохозяйственный фонд развития сельских районов (EAFRD)	4. Европейский сельскохозяйственный фонд развития сельских районов (EAFRD)
Профессиональная подготовка и приобретение навыков, демонстрационные мероприятия и информационные акции; консультационные услуги для оказания помощи фермерам, лесовладельцам, другим управляющим земельными ресурсами и МСП в сельской местности в улучшении их экономических показателей; создание бизнеса и инвестиции в несельскохозяйственную деятельность в сельской местности;	Инвестиции, связанные с туризмом, включены в стратегические планы национальной общей сельскохозяйственной политики

Окончание таблицы В.

<p>инвестиции для общественного пользования в рекреационную инфраструктуру, туристическую информацию и инфраструктуру малого туризма; исследования и инвестиции, связанные с сохранением, восстановлением и улучшением культурного и природного наследия деревень, сельских ландшафтов, а также мероприятия по повышению осведомленности об окружающей среде.</p>	
<p>5. Европейский фонд морского, рыбного хозяйства и аквакультуры (EMFF)</p>	<p>5. Европейский фонд морского, рыбного хозяйства и аквакультуры (EMFF)</p>
<p>Информирование общественности и обмен передовым опытом, кампании по повышению осведомленности и связанные с этим мероприятия по коммуникации и распространению информации; профессиональная подготовка, обучение на протяжении всей жизни и приобретение новых профессиональных навыков, позволяющих специалистам сектора рыболовства или их партнерам по жизни заниматься туристической деятельностью или осуществлять дополнительные виды деятельности в области туризма</p>	<p>Проекты, связанные с туризмом, такие как экотуризм, пешая-туризм, местная гастрономия (рестораны рыбы и морепродуктов), размещение, туристические маршруты, дайвинг, а также поддержка местных партнерств в прибрежном туризме</p>
<p>6. LIFE Программа</p>	<p>6. LIFE Программа</p>
<p>Гранты для «традиционных проектов»: пилотных проектов, демонстрационных проектов, проектов с передовой практикой и проектов в области информации, повышения осведомленности и распространения. Механизм финансирования природного капитала - кредиты и/или банковские гарантии для зеленой инфраструктуры и других видов первоначальных инвестиций, предусмотренных в пилотных проектах, приносящих доход или снижающих затраты. Частное финансирование для инструмента энергоэффективности - кредиты и/или банковские гарантии для небольших инвестиций в энергоэффективность</p>	<p>Связанные с туризмом экологически устойчивые проекты, особенно те, которые снижают выбросы CO<sub>2</sub> за счет энергоэффективности или возобновляемых источников энергии; проекты, которые «сочетают» меры по адаптации к изменению климата с туризмом</p>
<p>7. Горизонт 2020</p>	<p>7. Горизонт Европа</p>

Окончание таблицы В.

<p>Мероприятия Марии Кюри - Индивидуальные стипендии; Инновационные учебные сети; Обмен научно-исследовательскими и инновационными кадрами.          Рефлексивные - Исследовательские и инновационные действия, Инновационные действия, Координация и поддержка действий по передаче европейского культурного наследия, сохранению европейских прибрежных и морских культурных ландшафтов, цифровых культурных активов и виртуальных музеев, 3D-моделирования культурного наследия и инновационных моделей для повторного использования культурного наследия.          Средства МСП - Оценка технической и коммерческой осуществимости инновационной концепции и разработка бизнес-плана; поддержка этапов разработки и демонстрации; облегчение доступа к рисковому финансированию</p>	<p>Разработка новых подходов, концепций и практик для устойчивого, доступного и инклюзивного культурного туризма.</p>
<p>8. Программа «Креативная Европа»</p>	<p>8. Программа «Креативная Европа»</p>
<p>Транснациональная деятельность внутри и за пределами ЕС, направленная на разработку, создание, производство, распространение и сохранение товаров и услуг, которые воплощают культурные, художественные или другие творческие выражения</p>	<p>Схема культурных столиц Европы; проекты или платформы сотрудничества, включая культурные мероприятия в форме фестивалей музыки или исполнительского искусства; кинофестивали и рынки; брендинг городов через культуру; развитие творческих аспектов устойчивого культурного туризма, сектора дизайна и моды, а также продвижение и представительство этих секторов за пределами ЕС</p>
<p>9. Erasmus+</p>	<p>9. Erasmus+</p>
<p>Возможности обучения для отдельных лиц посредством Проектов мобильности для студентов и сотрудников высших учебных заведений; схема гарантирования кредитов, помогающая студентам магистратуры финансировать свое обучение за рубежом.          Сотрудничество между учебными заведениями, предприятиями, местными и региональными властями, в основном посредством совместных магистерских степеней.</p>	<p>Проекты, охватывающие мобильность, развитие компетентности и возможностей трудоустройства молодежи в сфере туризма, цифровые навыки в области культурного наследия, обучение гостеприимству и инновации в области исследований туризма</p>
<p>10. Конкурентоспособность МСП (COSME)</p>	<p>10. Just Transition Fund</p>

Окончание таблицы В.

<p>Доступ-операции или инвестиции для развития законной деятельности малого и среднего бизнеса Туризм - Разработка и/или продвижение устойчивых транснациональных тематических туристических продуктов; разработка и/или продвижение нишевых продуктов, использующих синергию между туризмом и креативными индустриями на европейском уровне; транснациональные государственно-частные партнерства, разрабатывающие туристические продукты, ориентированные на конкретные возрастные группы, для увеличения туристических потоков между европейскими странами в низкий и средний сезоны. Обмен для молодых предпринимателей</p>	<p>Туристические МСП: инвестиции в основной капитал или нематериальные активы. Поддержка диверсификации экономической деятельности, создание новых возможностей для бизнеса и помощь людям в адаптации к меняющемуся рынку труда</p>
<p>11. Занятость и социальные инновации (EaSI)</p>	<p>11. Программа «Цифровая Европа»</p>
<p>EURES - Поддерживает мобильность работников и помогает компаниям набирать персонал в другой европейской стране с помощью целевых схем мобильности. Финансовая поддержка для создания или развития малого бизнеса / социальных предприятий</p>	<p>Создание пространств данных: Европейское общее пространство данных для культурного наследия - поддержка цифровой трансформации сектора культурного наследия Европы; создание пространств данных: мобильность – поддержка взаимодействия; Сеть европейских центров цифровых инноваций – поддержка туристических МСП в цифровой трансформации</p>
<p>12. Поддержка со стороны REACT-EU в рамках ERDF и ESF</p>	<p>12. Программа Единого рынка</p>
<p>В зависимости от объема поддержки в каждой стране или регионе ЕС. Примеры включают оборотный капитал и производственные инвестиции в МСП, инвестиции в экологичный и цифровой переход или обучение работников.</p>	<p>Повышение конкурентоспособности предприятий туристического сектора, особенно МСП, и поддержка их доступа к рынкам.</p>
	<p>13. InvestEU</p>
	<p>Инвестиции для укрепления конкурентоспособности, устойчивости и производственно-сбытовых цепочек туризма; устойчивые, инновационные и цифровые меры, которые могли бы помочь уменьшить воздействие сектора на климат и окружающую среду</p>
	<p>14. Поддержка Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР)</p>

Окончание таблицы В.

	<p>Система инклюзивного туризма – инвестиции в отели и туристических операторов; Комплексная система культурного наследия - проекты, расположенные вблизи или внутри объекта культурного наследия, способствующие коммерциализации, устойчивому управлению и эксплуатации, подключению и доступности, качеству и доступности удобств, муниципальной инфраструктуры, а также проекты, обеспечивающие обратные связи; Программа консультаций для малого бизнеса – поддержка туристических МСП через сеть консультантов и консультантов ЕБРР</p>
--	---

Примечание: составлено автором на основе [23].

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

**Таблица Г – Государственные национальные стратегии в области туризма в странах ЕС**

<b>Участник</b>	<b>Государственные национальные стратегии в области туризма</b>	<b>Времен. рамки</b>
Австрия	Plan T – Master Plan for Tourism	-
Бельгия	Нет стратегии. Туризм регулируется на региональном уровне	-
Болгария	Национальная стратегия устойчивого развития Туризм в Республике Болгария до 2030 года	2018-2030
Хорватия	Стратегия развития туризма до 2020 года	2013-2020
Кипр	Национальная туристическая стратегия 2030	2020-2030
Чехия	Национальная политика в области туризма на 2014-2020 годы	2014-2020
Дания	Национальная туристическая стратегия	2016-2025
Эстония	Национальный план развития туризма на 2014-2020 годы	2014-2020
Финляндия	Туристическая стратегия 2019- 2028	2019-2028
Франция	Межведомственный совет по туризму, созданный в 2017 году, разработал дорожную карту развития туризма по шести приоритетным направлениям. Официального документа о стратегии не существует	-
Германия	Принципы национальной стратегии в области туризма были приняты в 2019 году. План действий был принят 23.06.2021	-
Греция	Национальная стратегическая справочная система для сектора туризма	2014-2020
Венгрия	Национальная стратегия развития Туризма до 2030 года	2016-2030
Ирландия	Люди, Место и политика: Развитие туризма до 2025 года	2015-2025
Италия	Национальный стратегический план развития туризма на 2017-2022 годы	2017-2022
Литва	Программа развития туризма на 2014-2020 годы	2014-2020
Латвия	Руководящие принципы развития туризма на 2014-2020 годы	2014-2020
Люксембург	Стратегические рамки развития туристического сектора на 2018-2022 годы	2018-2022
Мальта	Национальная политика в области туризма на 2015-2020 годы	2015-2020
Нидерланды	Перспективное направление Нидерланды 2030	2019-2030
Польша	Программа развития туризма до 2020 года	2015-2020
Португалия	Стратегия в области туризма до 2027 года	2017-2027
Румыния	Генеральный план инвестиций в туризм и две отраслевые стратегии: Национальная стратегия экотуризма и Национальная стратегия санаторно-курортного туризма. В настоящее время разрабатывается национальная стратегия в области туризма	-
Словакия	Стратегия развития туризма до 2020 года	2013-2020
Словения	Стратегия устойчивого развития словенского туризма 2017-2021	2017-2021
Испания	Plan del Turismo Español Horizonte 2020	2008-2020
Швеция	Национальная туристическая стратегия находится в разработке	-

Примечание: собственная разработка на основе [23].



## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица Д – Оценка зависимости туристских сегментов Испании от внешних факторов

Вид туризма/ категория	Поездка в дестинацию		Условия в дестинации				Зависимость от международных туристов	Итого
	Доступность	Расстояние, необходимость остановки	Здоровье и гигиена	Дистанция между людьми	Путешествие с большими группами	Мед инфра-структура		
<b>Внутренний</b>	1	1	2	1	1	3	1	<b>10</b>
<b>Экотуризм</b>	2	3	1	1	1	2	1	<b>11</b>
<b>Религиозный</b>	2	1	1	4	4	2	2	<b>16</b>
<b>Спортивный</b>	2	2	3	1	2	3	2	<b>15</b>
<b>Культурный</b>	2	2	2	3	3	2	1	<b>15</b>
<b>Экстремальный</b>	2	2	2	3	2	2	2	<b>15</b>
<b>3S</b>	3	3	2	2	1	2	4	<b>17</b>
<b>Индивидуальный</b>	2	2	3	2	1	2	3	<b>15</b>
<b>Групповой</b>	4	5	4	5	5	4	2	<b>29</b>
<b>Туры</b>	3	3	2	2	3	2	3	<b>18</b>
<b>Городской</b>	3	2	2	5	3	3	4	<b>22</b>
<b>Круизный</b>	2	1	5	4	4	4	5	<b>25</b>
<b>MICE</b>	2	2	4	5	4	3	5	<b>25</b>

Примечание: составлено автором.

\*Чем выше балл, тем больше зависимость, а, следовательно, уязвимость.