

## **Проявления и последствия пандемии в деятельности субъектов туристической индустрии Беларуси**

С таким глобальным деструктивным явлением, как пандемия COVID-19, мировая туристическая отрасль столкнулась впервые за последние несколько десятилетий. Как отмечает Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC), потери мировой индустрии путешествий составят более двух трлн долларов США [1]. Туристическая отрасль в ряде европейских стран (Италия, Испания, Турция, Греция, Болгария, Чехия и др.) столкнулась с банкротством предприятий и массовой безработицей. Особенно болезненно эта ситуация сказалась на авиаперевозчиках, отельном бизнесе, объектах общественного питания. По прогнозам Всемирной туристской организации (ЮНВТО) негативное влияние COVID-19 на отрасль будет сильнейшим за всю историю туризма: так, в частности, международные туристические потоки в пандемийный период сократились в 7,5 раз – больше, чем под влиянием рецессии 2008 года [2].

Кризис, вызванный эпидемией коронавируса, привел к перераспределению туристических потоков, сокращению количества туристических организаций в Республике Беларусь на 14,8% – с 1544 в 2019 г. до 1315 в 2021 г.; численность занятых в отрасли уменьшилась на 1,8 тыс. человек. Количество иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Беларусь в 2021 г. по сравнению с 2019 г. сократилось почти в 6 раз – с 405,5 тыс. человек до 71,4 тыс. Аналогично снизилось количество зарубежных поездок белорусов. Если в 2019 г., предшествующем пандемии коронавируса, численность выехавших за границу составила 982,9 тыс. человек, то в 2021 г. их стало в 2 раза меньше – 478,8 тыс. [3; 4].

Снижение туристического потока отразилось и на показателях деятельности коллективных средств размещения, в первую очередь гостиниц, которые в 2021 г. приняли в 1,4 раза меньше гостей в сравнении с 2019 г. – 1,47 млн человек против 2,08 млн. В итоге коэффициент загрузки снизился с 32,2% до 25,4%. Если в 2019 г. более 50% клиентов белорусских гостиниц были иностранными туристами, то в 2021 г. их доля сократилась до 27%.

При этом заметно лучше ситуация у санаториев и иных специализированных средств размещения. Основную загрузку санаториев обеспечили граждане Республики Беларусь: их доля выросла в 2021 г. до 88,4% против 72% в 2019 г. Индивидуальные предприниматели в 2021 г. приняли 544,8 тыс. человек, в 2019 г. – 749,4 тыс., что, безусловно, отразилось на бизнесе – количество квартир, сдаваемых посуточно, уменьшилось с 5006 в 2019 г. до 4659 единиц на конец 2021 г.

Наиболее позитивной на общем фоне выглядит статистика по агроэкотуризму. Безусловно, это направление также столкнулось с последствиями пандемии – численность иностранных туристов, которых приняли агроусадьбы, сократилась на 15,5%. Однако число белорусов, выбравших такой вариант отдыха в 2021 г., увеличилось по сравнению с 2019 г. на 18% и составило 551,4 тыс. человек [3; 4]. Несмотря на неблагоприятный период число объектов агроэкотуризма продолжило

расти, и на конец 2021 г. в стране было зарегистрировано 3150 таких усадеб против 2936 годом ранее.

Необходимо отметить, что в последний период времени среди населения Беларуси повысился интерес к национальной истории и культуре, что сказалось на росте популярности туров и экскурсий исторической и культурной направленности. Большинство же белорусских агроусадоб как раз и культивируют самобытные национальные ремёсла и традиции, что и привлекает наших соотечественников к совершению путешествий внутри своей страны.

Хотя въездному туризму зачастую уделяется более пристальное внимание, прежде всего из-за его возможностей по формированию экспортных доходов, во многих странах именно внутренний туризм формирует основную долю путешественников, а также их расходов. Так, до кризиса, в 2018 г., согласно статистике Всемирной туристской организации, было зарегистрировано 9 млрд внутренних туристических поездок (с ночлегами), из которых более 50% приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион. Рынок внутреннего туризма превышает в шесть раз международный туристический рынок (1,4 млрд международных прибытий в 2018 г.) [5].

Внутренний туризм выступает в роли основы для развития международного туризма в стране, так как создаёт спрос на туристические услуги, повышает требования к качеству туристической инфраструктуры и стимулирует её модернизацию и развитие. Благодаря внутреннему туризму население небольших белорусских городов и деревень вовлекается в туристическую деятельность, расширяя, таким образом, географию туризма в стране. Более того, как свидетельствует международная практика, жители страны предпочитают путешествовать в те периоды, когда минимален поток иностранных туристов, уменьшая, таким образом, существующую в туризме проблему сезонности.

В ближайшие годы в Республике Беларусь внутренний туризм продолжит свое активное развитие, однако возможности его роста в немалой степени будут определяться мерами эффективной государственной поддержки. Среди указанных мер можно предложить:

- ограниченную компенсацию части затрат по организации путешествий уязвимых категорий граждан – лиц с ограниченными возможностями, пенсионеров, детей и подростков, студентов;
- участие государства через инновационные фонды и отраслевые инвестиционные программы в организации представительных мероприятий белорусского турбизнеса, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма (включая выставки, форумы, страновые презентации и т.п.).

По нашему мнению, меры поддержки субъектов бизнеса должны распространяться в первую очередь на организации, обеспечивающие въездной и внутренний организованный туризм.

Глобальная эпидемиологическая угроза внесла изменения во всю мировую и отечественную индустрию туризма, гостеприимства и рекреации (таблица 1). Данные тренды могут быть взяты в основу разработки стратегических антикризисных мер организациями гостинично-ресторанного и санаторно-курортного бизнеса Беларуси.

Таблица 1 – Трансформация индустрии туризма, гостеприимства, рекреации в условиях COVID-19

2020	2021-2022	2025+
<b>Изменение потребностей</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стабильная потребность в путешествиях и новых впечатлениях</li> <li>• Снижение числа ранних бронирований, запрос на гибкую политику провайдеров услуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост спроса на индивидуальные предложения</li> <li>• Рост осознанности потребления, более ответственного отношения к окружающей среде, к соблюдению санитарных требований и социальной дистанции</li> <li>• Требования к гибким условиям бронирования с возможностью отмены рейса или гостиницы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Запрос на путешествия в кругу единомышленников</li> <li>• Запрос на новый опыт: освоение новых навыков, аутентичный опыт общения с местными жителями, волонтерство как часть путешествия</li> <li>• Повышенный спрос на медицинский туризм, SPA и Wellness-услуги</li> </ul>
<b>Системные изменения</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Катастрофическое падение показателей туристической отрасли (на 60-80% к концу года по сравнению с уровнем 2019 г.)</li> <li>• Появление новых стандартов санитарии и гигиены в индустрии</li> <li>• Рост спроса на страхование путешествий</li> <li>• Уменьшение спроса на групповые путешествия и пакетные туры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Восстановление туристической отрасли до уровня 2019 г. произойдет не раньше 2022-2023 гг.</li> <li>• «Точечная настройка» путешествий: рост популярности нишевых и персонализированных предложений</li> <li>• Рост спроса на короткие поездки «выходного дня»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Путешествия как образ жизни: рост числа путешественников, совмещающих отдых и работу («цифровых кочевников»)</li> <li>• Развитие «медленного» туризма: рост спроса на длительные путешествия, и «отдых без спешки»</li> <li>• Smart-путешествия: управление поездкой и турпотоками с помощью новых технологий</li> <li>• Паспорт иммунитета как новый обязательный проездной документ</li> </ul>
<b>Виды туризма</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитие внутреннего туризма</li> <li>• Снижение спроса на деловые поездки с целью встреч и переговоров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитие активного приключенческого туризма</li> <li>• Рост интереса к странам с принятыми стандартами безопасности</li> <li>• Формирование новых туристических направлений внутри Беларуси, развитие экотуризма</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Путешествие для «перезагрузки»</li> <li>• Развитие «вторых» городов как новых туристических центров</li> </ul>
<b>Провайдеры услуг (туроператоры, транспорт, средства размещения)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туроператоры как «консультанты» по безопасным путешествиям с учетом стандартов разных стран</li> <li>• Организация логистики путешествий полностью переходит к автоматизированному платформам</li> <li>• Снижение числа авиаперелетов</li> <li>• Автомобилизация туризма</li> <li>• Рост популярности индивидуальных вариантов размещения и альтернативного жилья</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туроператоры как инициаторы построения туристической экосистемы в регионе/стране</li> <li>• Создание приложений, интегрирующих путешествия и опыт ежедневных перемещений, заказов еды, бронирования билетов в кинотеатры</li> <li>• Дорога как часть опыта путешественника, рост спроса на караванные туры</li> <li>• Снижение спроса на авиаперелеты на короткие расстояния (вместо этого – высокоскоростные поезда)</li> <li>• Рост спроса на «эсклюзивные» отели с меньшей плотностью гостей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туроператоры как создатели аутентичного опыта и эксперты местной культуры</li> <li>• Появление новых игроков, предлагающих гибридные онлайн/офлайн-модели</li> <li>• Развитие новых форматов комфортного проживания – ближе к природе (глэмпинги, дубльдома)</li> <li>• Повышенный спрос на варианты расселения с индивидуальным «нетипичным» интерьером, позволяющие жить в компании единомышленников</li> </ul>

Спрос на технологические решения		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Платформы для автоматизации процесса управления</li> <li>• Беспилотники и роботы-дезинфекторы</li> <li>• Цифровые гиды</li> <li>• Метапоисковики и агрегаторы туристических услуг</li> <li>• Платформы страхования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационно-аналитические системы на основе больших данных и искусственного интеллекта, позволяющие прогнозировать спрос и делать персонализированные предложения</li> <li>• Системы распознавания и биометрической идентификации</li> <li>• Бесконтактные системы регистрации</li> <li>• Маркетплейсы цифровых путеводителей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Платформы по поиску попутчиков, компаньонов, людей с одинаковыми ценностями и интересами</li> <li>• «Умные» голосовые помощники для предоставления услуг</li> <li>• VR-решения для симулирования опыта путешествий</li> </ul>

*Примечание – Составлено автором на основе [2].*

Используя базовые принципы современного антикризисного управления, роль маркетинговой составляющей в нем, а также результаты рассмотренной выше трансформации всей индустрии туризма, можно сформулировать следующие основные способы выхода субъектов туристической индустрии Беларуси на траекторию устойчивого роста в пост-пандемийных условиях:

- в части операционной деятельности – снижение до возможного минимума условно-постоянных расходов (касается практически всех субъектов отрасли), сокращение дебиторской задолженности;

- в части управления персоналом – оптимизация структуры фонда оплаты труда, максимально возможное сохранение ключевых сотрудников команды;

- в части стратегического управления – активное внедрение организационных, маркетинговых и технических инноваций, включая:

- адаптацию стратегии на ближайшие три – пять лет с учетом новых вызовов, внесение в результате такой адаптации изменений в концепцию бизнеса и основной продукт;

- активизацию усилий в области продаж (включая поиск источников неспецифических доходов), обеспечение лояльности ключевых партнеров бизнеса и гостей, развитие всех форм сетевых взаимодействий (CRM, SEO, SMM и т.п.), максимальное присутствие на туристических цифровых платформах, цифровизация собственных продуктов;

- разработку принципиально новых для компании продуктов и направлений.

Таким образом, последствия коронавирусной пандемии оказали и продолжают оказывать критически существенное влияние на рынок туризма, гостеприимства и рекреации, технологии индустрии и на контингент туристов, прибывающих в туристические дестинации.

Факт изменившегося профиля туриста и внешних условий функционирования отрасли позволяет констатировать необходимость существенных изменений как в стратегии ведения бизнеса, так и в содержании продукта и технологиях оказания туристических услуг. Предложенные направления трансформации позволят, на наш взгляд, преодолеть последствия пандемии и выйти туристическому бизнесу Республики Беларусь на траекторию устойчивого развития.

#### **Список использованных источников:**

1. Последствия пандемии: как встаёт с колен туристический бизнес // РСМД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments>. – Дата доступа: 29.03.2022.
2. Пригун, М. В. Антикризисные маркетинговые решения для предприятий и учреждений сферы туризма, гостеприимства и рекреации в условиях пандемии COVID-19 / М. В. Пригун // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы первой Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сентября 2021 г. – Минск: А. Н. Вараксин, 2021. – С.108-114.
3. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2019 год: статистический бюллетень [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.04.2022.
4. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2021 год: статистический бюллетень [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.04.2022.
5. International Tourism Highlights [Electronic resource] // UNWTO. – Mode of access: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>. – Date of access: 17.03.2022.
6. Гайдукевич, Л. М. Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь в постпандемийный период / Л. М. Гайдукевич // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы первой Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сентября 2021 г. – Минск: А. Н. Вараксин, 2021. – С.27-32.

*Лю Лэ, аспирант  
Институт экономики НАН Беларуси  
Минск (Беларусь)  
Ю.И. Енин, д-р.экон. наук, профессор  
БГЭУ, Минск (Беларусь)*

### **Китайско-белорусский индустриальный парк как площадка реализации инновационных проектов государственно-частного партнерства**

Разрабатывая национальную инновационную стратегию, необходимо учитывать, что многие страны на внешних рынках фактически являются конкурентами Беларуси. Эти страны в ряде случаев уже создали эффективную инновационную инфраструктуру, а также сформировали нормативно-правовую базу, поощряющую создание и использование инноваций, наладили подготовку своих или привлечение чужих научных кадров. Они (эти страны) имеют финансовые ресурсы для проведения фундаменталь-