

Ананьева В.Н., канд. экон. наук, доцент

Разуванов В.М.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Ananyeva V., Cand. Sc. (Economics), dozent

Razuvanov V.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

ВОССТАНОВЛЕНИЕ МИРОВОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ПОСЛЕ COVID-19 НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОСТИ

Пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по мировой индустрии туризма. В структуре мер, направленных на возрождение индустрии туризма, можно выделить три базовых фактора: правительственные меры, технологические инновации, опора на локализацию. При этом важно обеспечить не только восстановление туристических потоков, но и создать базис для повышения устойчивости отрасли к будущим рискам и угрозам.

Индустрия туризма и гостеприимства; COVID-19; инновационные технологии; локализация; устойчивое развитие.

REBUILDING THE GLOBAL TOURISM INDUSTRY AFTER COVID-19 BASED ON SUSTAINABILITY PRINCIPLES

The COVID-19 pandemic has dealt a severe blow to the global travel industry. In the structure of measures aimed at reviving the tourism industry, three basic factors can be distinguished: government measures, technological innovation, reliance on localization. At the same time, it is important to ensure not only the restoration of tourist flows, but also to create a basis for increasing the industry's resilience to future risks and threats.

Tourism and hospitality industry; COVID-19; innovative technologies; localization; sustainable development.

Пандемия COVID-19 без сомнения может считаться одной из наиболее острых и опасных эпидемий в новейшей истории человечества, в результате которой зарегистрировано более 125 млн случаев заболевания и более 2,5 млн смертей (по состоянию на 1 марта 2021 года) [1]. Учитывая высокую вирулентность SARS-CoV-2 у правительств во всем мире, как показала практика, не было другого выбора, кроме введения жестких карантинных ограничений. При этом, с одной стороны, распространение вируса может унести множество жизней, однако и такие меры, как локдаун, закрытие стран, несут серьезную опасность для экономического благополучия масс, которые фактически лишаются средств к существованию, в особенности в менее развитых странах мира [2]. Экономические потрясения, вызванные пандемией, наблюдаются по всему

миру во всех отраслях и секторах экономики. В то время как отдельные отрасли могут адаптироваться к новым условиям существования, например, в рамках цифровых платформ и продолжать нормальное функционирование, другие отрасли сталкиваются с беспрецедентным снижением потребления, вызванным мерами социального дистанцирования, ограничениями на перемещения как внутри, так и между странами.

Туризм – отрасль, сущностной основой которой является мобильность населения, и которая, по определению, не может устоять без интенсивного перемещения туристов внутри стран и между странами и континентами. Падение числа туристов на 22 % в первом квартале 2020 года (по сравнению с тем же кварталом 2019 года) и угроза падения на 60–80 % в течение 2020 года – очевидные признаки разрушения мировой туристической индустрии [3]. Следует особо отметить, что туризм – одна из самых трудоемких отраслей, поэтому подобный отраслевой спад может поставить под угрозу миллионы рабочих мест, тем самым сводя на нет прогресс, достигнутый на пути устойчивого развития. Таким образом, необходимо проводить мониторинг влияния COVID-19 на мировую индустрию туризма, фиксировать появление новых знаний в данной области, а также разработать и предложить участникам рынка и правительствам эффективную политику на основе принципов устойчивости, которая позволила бы справиться с возникающими проблемами, в том числе в будущем.

Деловой мир признает устойчивость как инструмент и стратегию антикризисного управления для обеспечения стабильности бизнеса и его способности адаптироваться ко всем типам рисков, в том числе во время стихийных бедствий и чрезвычайных ситуаций. Литература по устойчивости включает проактивные, адаптивные, реактивные или динамические стратегии устойчивости [4].

Исторически сложилось так, что индустрия туризма быстро восстанавливалась после стихийных бедствий, пандемий и эпидемий, таких как Эбола, ближневосточный респираторный синдром (MERS), тяжелый острый респираторный синдром (SARS). Местные, региональные и национальные правительства помогали восстановлению отрасли, привлекая инвесторов с помощью налоговых льгот, смягчения правил и норм (землепользование и др.) [5]. До возобновления международных поездок стимулировать возобновление индустрии туризма после пандемии призван внутренний туризм. Другие факторы, в том числе технологическая устойчивость, ведущая роль местных сообществ, локализация, а также доверие клиентов и сотрудников, могут помочь повысить устойчивость отрасли. Остановимся более подробно на этих мерах.

Ответ правительств на COVID-19

Компании из различных отраслей даже в условиях пандемии стремятся к ведению бизнеса в «обычном режиме», и индустрия туризма не является исключением. Все отрасли для повышения экономической эффективности делают ставку на пакеты государственных стимулов и государственную интер-

венцию. Во время кризиса COVID-19 наблюдалось массовое вмешательство государств в работу и функционирование индустрии туризма. Например, TUI – наиболее известная в мире многонациональная туристическая организация, принимала помощь правительств Великобритании и Германии, одновременно объявив о сокращении операционных затрат по всему миру [6]. Правительство стало важным игроком в экономике туризма, что фактически привело к ренационализации авиакомпаний, туристических фирм, гостиничных сетей. Стоит отметить, что наблюдаемое явление – нечто иное по сравнению с более ранними кризисами, которые не имели выраженного «политического контекста», особенно в индустрии туризма [7]. Такого рода государственные интервенции могут иметь двоякую оценку, – с одной стороны бизнес и сообщества имеют право на разумную компенсацию ограничительных мер, которые были инициированы извне, с другой – вмешательства явным или менее явным образом нарушают структуру рынка и механизмы его саморегуляции, создают асимметрию, в особенности на международном уровне, что выражается в различном объеме помощи государствам субъектам туристического рынка, неминуемой «избирательности» государственной поддержки. При этом кажущаяся разумной и справедливой политика оказания финансовой помощи конечным потребителям в отношении туризма малоэффективна, поскольку рост доходов со всей очевидностью не будет вести к росту туристических расходов ввиду миграционных ограничений. Наиболее разумной стратегией по постепенному выходу из кризиса, по утверждению многих исследователей, является «ограниченное открытие», при этом почти во всех случаях загрузка индустрии туризма и гостеприимства в 33 % от максимальной представляется оптимальным вариантом. Дальнейшее расширение следует соизмерять с динамикой пандемии, темпами и результативностью вакцинации и иными факторами. Данные меры предполагают, что для поддержки компаний в условиях ограниченной заполняемости потребуются государственные субсидии, которые в данном случае могут быть пропорциональны общей заполняемости.

Технологические инновации

Технологии – основной движущий фактор формирования гибкости и адаптивности в индустрии туризма и гостеприимства [7]. При этом следует признать, что катастрофы, при всем их негативном влиянии, помогают ускорить технологические изменения. Во время COVID-19 люди получили огромную поддержку от технологических инноваций. Имели место случаи, когда роботы заменяли людей, приложения на мобильных устройствах использовались для отслеживания контактов и перемещений, ведения медицинской и социально-экономической аналитики. Технологии больших данных позволили спрогнозировать глобальное распространение COVID-19, его темпы и географию. Коммуникационные технологии помогли поддерживать социальное дистанцирование, способствовали объединению людей без необходимости физического контакта, более интенсивно стали работать виртуальные музеи, галереи, гиды,

ограничения на поездки за границу для иностранных студентов, деловых путешественников, политических лидеров и т. п. приводят к усилению использования сервисами видеоконференцсвязи [7]. Многие отчеты демонстрируют рост доверия общественности к современным технологиям, готовность подключаться к новым коммуникационным системам, готовность в корне изменить свое ранее негативное отношение к технологиям. COVID-19 привел к интенсификации прогресса и в традиционных сферах – так, снижение спроса в авиационной отрасли заставляет авиакомпании постепенно отказываться от устаревших самолетов. Таким образом, технологии могут решать проблемы, связанные с пандемией, включая такие как оперативная проверка путешественников, выявление случаев COVID-19, отслеживание контактов, обеспечение онлайн-информирования и поддержание социальных связей. Эти изменения неизбежно переориентируют мировую туристическую индустрию на «устойчивый» путь, который больше фокусируется на инклюзивном развитии, а не на абстрактном понятии «рост».

Локализация

Во время пандемии и после COVID-19 доминирующее положение может занять внутренний туризм, поскольку большинство путешественников так или иначе прибывают из близлежащих регионов, на которые не наложены миграционные ограничения и которые останутся в тренде и после снятия жестких ограничительных мер [8]. Хотя очевидно, что, когда откроются границы и будет разрешено беспрепятственное выполнение международных рейсов и международные путешествия постепенно возродятся, право путешествовать или получать оплачиваемую работу в индустрии туризма и гостеприимства в ближайшем будущем все же будет ограничено. В таких условиях актуализируются путешествия в так называемых «туристических пузырях», на которые миграционные ограничения не распространялись (страны Балтии, Северная Европа, Австралия – Новая Зеландия и др.) и которые стали весьма популярны в период пандемии. Ощущение сопричастности местных жителей также создает условия для возрождения туристической индустрии. Влияние COVID-19 таково, что образ жизни, образ потребления, стиль путешествий людей полностью изменился. Сегодня предпочтения смещаются в сторону потребления местных товаров и услуг, путешествий в рамках небольших регионов. Исследователи отмечают, что локализация туризма может внести вклад в решение таких глобальных проблем, как движение к безуглеродной экономике, ликвидация неокOLONиальных и неолиберальных предубеждений [9]. Поддержка со стороны правительства в сочетании с местной принадлежностью может проложить путь к коренному преобразованию индустрии туризма. Уже сегодня перед крупными транснациональными корпорациями в отрасли стоит задача переориентации на местные цепочки поставок с целью минимизации затрат. Это может включать поиск дополнительных ресурсов на местном уровне, будь то продукты питания, сырье, поставщики услуг или состав рабочей силы. Такая ситуация может

стать хорошим предзнаменованием для менее популярных и менее населенных регионов, поскольку дает им возможность повысить свою привлекательность в качестве потенциальных туристических направлений. Локализация коснулась даже такого «глобального» направления как круизный туризм. Речь идет о том, что индустрия круизного туризма должна принять модель «местной мобильности», что предполагает запрет больших океанских круизных судов, при разрешении на эксплуатацию местных флотов с меньшей пассажироместимостью и ограниченной дальностью следования. Исследователи отмечают, что местные сообщества реагируют на кризисы усилением совместной работы, активизацией местных экономических взаимосвязей, усилением социальных взаимодействий, что среди прочего выражается в том, что сельские фирмы демонстрируют менее выраженное падение и более высокие темпы восстановления, нежели их городские коллеги [10].

По общему убеждению, настоящее время является наиболее подходящим для развития новой устойчивой индустрии туризма, которая должна быть ориентирована на образование, экологическую и социальную справедливость, идеалы равенства [11]. Индустрия должна преодолеть несоответствие между тем, что проповедует ЮНВТО (устойчивость), и тем, что реализуется на практике (неуправляемый рост). Таким образом, устойчивость всех сторон производственно-сбытовой цепочки может привести индустрию туризма к новому глобальному экономическому порядку, характеризующемуся устойчивостью, действиями в области сохранения климата, социальным благополучием и участием местных сообществ.

1. Официальный сайт Worldometer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldometer.info/coronavirus>. – Дата доступа: 01.04.2021.

2. Sharma, G. D. Lives or livelihood: Insights from locked-down India due to COVID19 / G. D. Sharma, M. Mahendru // *Social Sciences & Humanities Open* – 2020. – № 2 (1). – P.100036.

3. Официальный сайт UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>. – Дата доступа: 01.04.2021.

4. Supardi, U. M. Indonesia New perspective on the resilience of SMEs proactive, adaptive, reactive from business turbulence: A systematic review *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology* / U. M. Supardi, S. Kudus, U. I. Hadi // *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*. – 2020. – XII (V). – P. 0.37896/jxat12.05/1524.

5. Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19 / P. Brouder [et al.] // *Tourism Geographies*. – 2020. – № 22 (3). – P. 735–746.

6. Higgins-Desbiolles, F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19 / F. Higgins-Desbiolles // *Tourism Geographies*. – 2020. – № 22 (3). – P. 610–623.

7. Hall, C. M. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for / C. M. Hall, D. Scott, S. Gössling // *Tourism Geographies*. – 2020. – № 22 (3). – P. 577–598.

8. Haywood, K. M. A post-COVID future: Tourism community re-imagined and enabled / K. M. Haywood // *Tourism Geographies*. – 2020. – № 22 (3). – P. 599–609.

9. Prideaux, B. Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change / B. Prideaux, M. Thompson, A. Pabel // *Tourism Geographies*. – 2020. – № 22 (3). – P. 667–678.

10. Johannisson, B., & Olaison, L. The moment of truth—Reconstructing entrepreneurship and social capital in the eye of the storm / B. Johannisson, L. Olaison // Review of social economy. – 2007. – № 65 (1). – P. 55–78.

11. Benjamin, S. We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age / S. Benjamin, A. Dillette, D. H. Alderman // Tourism Geographies. – 2020. – № 22 (3). – P. 476–483.

УДК 811.161.3

Андрэева А.У., канд. філал. навук
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры
Рэспубліка Беларусь, Мінск

Andreyeva A.
Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

ДЭФІНІЦЫІ ТЭРМІНАЎ І ІХ МЕСЦА Ў ПРАФЕСІЙНА АРЫЕНТАВАНЫМ КУРСЕ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ ВА УВА ТУРЫСТЫЧНАГА ПРОФІЛЮ

У артыкуле абгрунтавана важнасць вывучэння тэарэтычнага матэрыялу, звязанага з дэфініраваннем тэрмінаў і тлумачэннем спецыяльных паняццяў, у межах вучэбнай дысцыпліны «Беларуская мова (прафесійная лексіка)». Апісаны асаблівасці разгляду гэтага матэрыялу ў студэнцкай аўдыторыі.

Спецыяльная лексіка; тэрмін; дэфініцыя; яўная дэфініцыя; прафесійна арыентаванае навучанне.

DEFINITIONS OF TERMS AND THEIR PLACE IN THE PROFESSIONALLY ORIENTED COURSE OF THE BELARUSIAN LANGUAGE IN THE HIGH SCHOOL OF THE TOURIST PROFILE

The article substantiates the importance of studying the theoretical material related to the definition of terms and explanation of special concepts, within the discipline “Belarusian language (professional vocabulary)”. Features of consideration of this material in a student audience are described.

Special vocabulary; term; definition; explicit definition; professionally oriented training.

Вучэбная дысцыпліна “Беларуская мова (прафесійная лексіка)” выступае адным з найважнейшых кампанентаў у сістэме агульнай гуманітарнай падрыхтоўкі студэнтаў, што навучаюцца па спецыяльнасці “Турызм і гасціннасць” у Інстытуце менеджменту спорту і турызму УА “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт фізічнай культуры”. Выкладанне вучэбнай дысцыпліны