

ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПЪТУВАНИЯ СЛЕД COVID-19

Теодора Велева Ризова
Нов български университет

TOURIST TRIPS AFTER COVID 19

Teodora Veleva Rizova

Абстракт: Статията разглежда общите възгледи за развитието на ситуацията с туристическите пътувания след края на пандемията Covid 19, както и промените в дейността на авиокомпаниите и сухопътния транспорт, осигуряващи пътувания. Новите условия ще наложат модели за управление на кризи в световната туристическа индустрия.

Ключови думи: Туристически пътувания, Covid 19, управление на кризи.

Summary: The article examines the general views on the development of the situation with tourist travel after the end of the Covid 19 pandemic, as well as the changes in the activities of airlines and land transport providing travel. The new conditions will impose crisis management models in the global tourism industry.

Key words: Tourist trips, Covid 19, crisis management.

1. Общи възгледи за развитието на ситуацията с туристическите пътувания след края на пандемията от COVID-19

Пандемията от края на 2019 г. нанесе сериозни щети на всички области на икономиката. Но с основание може да се твърди, че най-съществени са щетите, които се понася сферата на туризма, както и всички области, които са непосредствено свързани с него. При това щетите, за разлика от другите сфери, са дълготрайни и дълбоки, което, на свой ред, ще изисква преразглеждане на много от начините на реализиране на туристическата дейност. Едни от най-чувствителните към последиците от COVID-19, са дейностите свързани с организацията и провеждането на туристическите пътувания.

Туристическите пътувания представляват сложен комплекс от дейности, свързан с осигуряването на логистиката на туризма, който в основата си е самоорганизираща се система, която, заедно с това, изпитва активно въздействие от страна на различни външни за нея системи. Напълно естествено, възникването на сериозни и системни затруднения, породени от пандемията, нарушават дейността на всички подсистеми и техните елементи. Трябва да се отбележи и една от особеностите на туристическите пътувания. Това е една от малкото икономически области, която през последните две десетилетия преживяваше стабилен и значителен ръст. Затова, на практика, не бяха формирани ясни и определени насоки на подпомагане на тази област от страна на публичния сектор, тъй като туристическите пътувания на практика не се нуждаеха от подобно подпомагане и не търсеха подобно помощ. В новата ситуация, обаче, именно този сектор се нуждае от възможности за използване на публични финансови ре-



сурси, насочвани към неговото реструктуриране, отговарящо на новите реалности, които ще имат място след края на пандемията.

Трябва да се отчита обстоятелството, че пълноценното възстановяване на нивото на туристическите пътувания от периода преди пандемията може да се очаква най-рано след 4 или 5 години и то, при най-благоприятния сценарий за развитие на епидемиологичната ситуация. Причините за това са най-вече психологически, социални и икономически. Това означава, че системата на туристическите пътувания, следва да има ясна стратегия за своето развитие, а публичният сектор в отделните страни и даже в отделни региони трябва да бъде готов да подкрепи подобна стратегия чрез финансови и организационни ресурси.

Основните подсистеми на туристическите пътувания които ще трябва да бъдат реструктурирани и съществено да променят стратегиите си на функциониране са: подсистемата на международните пътувания с всички видове транспорт, подсистемата на вътрешните (довеждащи) пътувания, подсистемата на вътрешно дестинационната логистика, както и подсистемата на гарантиране на здравната сигурност на туристите, при провеждането на туристическите пътувания.

От важно значение е и участието на публичния сектор в този процес. Ако през 2020 г., когато сектора на туризма бе поставен пред изненадващото въздействие на пандемията, финансирането на определен брой работници и служители в сферата на туристическите пътувания бе оправдано, то по-нататъшното финансиране, трябва да бъде обвързано с реални промени в дейността на отделните фирми, насочена към адаптация към новите условия на функциониране. Този подход се налага поради простата причина, че след края на пандемията, от подкрепа ще се нуждаят много области както от сферата на туризма като цяло, така и от други отрасли на стопанската дейност. Това налага и използването на публичните ресурси да бъде съобразено с реални действия, подобряващи състоянието на бизнеса, а не просто насочено към финансова подкрепа за определен кръг работещи. Такива са и конкретните препоръки на Световната организация по туризъм. Във всяка една област, следва да се търсят конкретни измерения на подкрепата с публични финанси, като от отделните фирми се очаква прогнозирането на ефективността на тяхната работа. Сред основните подходи, свързани с подпомагането на туристическите пътувания могат да се разгледат две основни групи:

а) фискални мерки и мерки на паричнокредитната политика. Към категорията на фискалните мерки могат да бъдат отнесени:

- фискално управление, свързани с намаляване или отсрочване на данъчната тежест за области, които са стратегически важни за реализирането на туристическите пътувания;
- използване на специализирани фондове, касаещи транспортната инфраструктура, които могат да бъдат предоставяни както от държавни структури, така и от структури на местната власт;
- пряко финансово подпомагане от страна на държавата на някои ресурсоемки отрасли на туристическата транспортна инфраструктура, каквито са например авиокомпаниите и компаниите за железопътни превози;
- активно съдействие в управлението на паричните потоци, чрез опростяване на системите за отчитане и управление на финансовите активи на предприятията, ангажирани с организацията и реализирането на туристическите пътувания.

Съвременни управленски практики XI - БСУ, 2021
ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В ДЕСЕТИЛЕТИЕТО
НА СВЪРЗАНОСТТА И АВТОМАТИЗАЦИЯТА

Възможно е също така да се прилаган и редица мерки, свързани с паричнокредитната политика в областта на туристическите пътувания. В частност, тази политика може да се реализира под формата на:

- субсидиране на лихвените ставки за отрасли, които са от особено значение за организирането и реализирането на туристическите пътувания;
- предоставянето на структурообразуващите елементи, от съществено значение за туристическите пътувания на специални кредитни линии, с по-продължителен период на връщане;
- предоставяне на гаранции по заемите, получавани от предприятия, които са непосредствено свързани с реализирането на туристическите пътувания.

б) нефинансови мерки за подпомагане на туристическите пътувания. Към тази категория могат да бъдат отнесени мерките, които позволяват подобряване на организационните и пазарните възможности на предприятията, свързани с реализирането на туристическите пътувания. В частност, към тази категория могат да бъдат отнесени:

- създаване на условия за по-добра координация на действията на системата от предприятия, които организират и реализират туристическите пътувания. Това е възможно както чрез създаването на специализирани държавни органи, натоварени с функцията на координацията на усилията на отделните предприятия, така и чрез използването на вече съществуващите такива, като се разширят и преобразуват част от съществуващите функции. Органите на държавната и местната власт, следва да гарантират широка информационна кампания, насочена към информиране на стопанските предприятия за съществуващите за тях възможности;
- активно подпомагане на маркетинговите и рекламните дейности, особено когато те се свързани с насърчаване на потреблението на нови продукти, свързани с организацията на туристическите пътувания. В това отношение, активно могат да бъдат използвани възможностите за създаване на държавно-частни партньорства, чрез които да се реализира подпомагането на стопанските организации, работещи в тази област.

Всяка една от посочените мерки е била прилагана под една или друга форма в световен мащаб, като значителна част от тях са посочени в бюлетина на Световната организация по туризъм¹. Изучаването на тези практики следва да бъде предмет на дейност както на ресорното Министерство на туризма, така и на редица други министерства.

2. Промени в организирането на туристическите пътувания.

Преди развитието на пандемията от COVID-19, процеса на организиране на туристическите пътувания имаше достатъчно добре отработена и добре функционираща структура. Тя имаше за цел обслужването на масовия туристически поток, в рамките на който се диференцираха различни ценови групи, в зависимост от степента на удобствата и допълнителните услуги, които се предлагаха при организирането на туристическото пътуване. Основният акцент в организационната дейност бе предоставянето на най-подходящите и благоприятни условия на пътуването на туристите. Това бе и основният елемент на маркетинговите и рекламни подходи, при осъществяването на този елемент от туристическата дейност.

¹ UNWTO. How are countries supporting tourism recovery?, June 2020.



Последните двадесет години бе изградена глобална система на осигуряване на туристическите пътувания, като редица компании навлязоха в тази област, което на свой ред, даде възможност за постигане на ценови нива, които бяха приемливи за крайно широк кръг потребители².

Тези елементи на организацията на туристическите пътувания, в периода след пандемията от COVID-19, очевидно ще претърпят съществени промени. Някои от характерните особености на тези промени ще бъдат следните:

- отделяне на особено внимание на условията на туристическото пътуване от гледна точка на гарантиране на здравната сигурност на туристите. Това предполага въвеждането на определени работни протоколи в съответните области на транспорта, както и следването на стандарти при гарантирането на сигурността на туристите;
- нов подход към пълнота на информацията, която се предоставя на туристите преди реализирането на туристическото пътуване. В частност, една от особеностите на информацията ще бъде осигуряването на кризисна медицинска помощ на туристите, при възникването на здравословни проблеми по време на пътуването;
- нов подход към проектирането на транспортните „вериги“ в областта на туризма. Особено внимание в тази област следва да се отделя на тясната обвързаност на отделните транспортни елементи при доставката на туристите. Очевидно, че това ще изисква по-добра организация, особено изхождайки от това, че значителен брой туристи, ще очакват предоставянето на индивидуализирани видове транспорт;
- повишаване степента на дигитализация на предварителната информация на туристите. Периода след пандемията на COVID-19, ще изисква значително по-добра информираност на туристите за особеностите на туристическите пътувания. При това, те ще очакват получаването на тази информация да се осъществява чрез различни дигитални приложения, които да бъдат достатъчно пълни, така че да позволят компенсирането на липсата на личен контакт при организиране на пътуването.

Очевидно тези промени ще изискват и ново качество при организирането на туристическите пътувания. То ще се определя от по-високата степен на организираност и взаимодействие между организаторите на пътуванията и съответните транспортни компании. При използването единствено на съществуващите организационни форми това надали ще бъде възможно. Най-вероятното развитие в тази насока ще бъде създаването на държавно-частни партньорства, които да бъдат в състояние да реализират по-високата степен на организация. Още повече, че именно държавните санитарни власти са тези, които носят основната отговорност при осигуряването на здравната сигурност, в това число и при организацията на туристическите пътувания.

Потребностите от преразглеждане на организацията на туристическите пътувания изисква и възможности за съответно финансиране на подобни промени. Напълно естествено, в този случай, стопанските субекти ще разчитат на помощта от страна на държавата. Тази помощ обаче, следва да бъде максимално адресна, като на допълнително подпомагане да подлежат единствено тези промени в организационната структура, които биха имали най-висока степен на ефективност в новите условия. В част-

² Becker Elizabeth. *Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism*. Simon & Schuster, 2013.

ност, подходящи биха били държавните гаранции за получаваните кредити, както и определени действия по отсрочване или разсрочване на фискални задължения на фирмите.

3. Промени в дейността на авиокомпаниите

Основен елемент при осъществяването на туристическите пътувания в периода преди възникването на пандемията от COVID-19, имаше въздушния транспорт. Благодарение на него, международните туристически пътувания придобиха наистина глобални измерения³. Напълно естествено, именно този сектор понесе и най-сериозните загуби, свързани с намаляването на обема на международните туристически превози. Най-вероятно, съществуващото преди пандемията ниво на авиопревози, трудно ще бъде възстановено в близките 5 или 6 години. Въздействие върху това, ще окажат най-вече психологическите последици от пандемията, дори в ситуация, когато рискът от заразяване няма да бъде голям. В тази ситуация, за съществуващите авиокомпаниии има два възможни варианта на действие: първият е частично преориентиране на дейността на компаниите (в степенята, в която това бъде възможно), при използването на съществуващият авиационен парк, инфраструктура и подготвен персонал и вторият – пълно пазарно преориентиране на авиокомпаниите към нови пазарни сегменти, в частност, към регионални или местни полети, осигуряващи туризма.

Избора между тези два варианта не може да бъде еднозначен, тъй като всяка компания действа на съответните специфични пазари, които се различават по обем, наличието на ресурси за местният туризъм, както възможности за подпомагането на съответните авиокомпаниии, както и наличието на техни собствени резерви.

Първият вариант, изисква от авиокомпаниите наличие на висока степен на диверсификация на осъществяваните от тях превози, както и възможности за преориентиране на материалните и човешки ресурси, в други области (например карго въздушни превози, разкриване на допълнителни линии на вътрешни въздушни превози и др.). Изхождайки от това, че пораженията нанесени от пандемията на COVID-19 не са засегнали единствено туристическите превози, а превозите като цяло, този вариант е сравнително малко вероятен, като дори да бъде приложен за някои от авиокомпаниите, то това ще бъде по-скоро „изключени от правилото“, отколкото неговото потвърждаване. Разбира се, съществува и вариант, при който авиокомпаниии с достатъчни финансови резерви, ще могат да преминават през очертаваният се достатъчно труден за тях период и да се включат в реализирането на международните туристически превози, след 5-6 годишен период. Но дори, това да бъде възможно, то и за такива компании ще възникне сериозен проблем с нивото на подготовка на летателния и техническият състав⁴.

Вторият вариант за авиокомпаниите, също така ще изисква сериозни капиталовложения, както в техническите компоненти на дейността, така и в развитието на маркетинговите системи и контактите с потребителите.

Прилагането на този втори подход в дейността на авиокомпаниите, ще изисква от тях тясно сътрудничество с туристическите компании и постигане на висока степен на синергия с тяхната дейност. В определена степен, това ще изисква съответното

³ Lee D. (Ed.) The Economics of Airline Institutions, Operations and Marketing. Elsevier Science, Amsterdam, 2007.

⁴ Arblaster M. Air Traffic Management: Economics, Regulation and Governance. Elsevier, 2018.



адаптиране на мениджмънта, ориентиран, в последните години, най-вече към международните превози.

Очевидно, ще се наложи и придобиването на нови технически средства, които да са адекватни на работата в нови пазарни условия, както и изграждането, с участието на авиокомпаниите на нов тип инфраструктура, пригодена към потребностите на маломоторната авиация.

Очевидно, ще бъде наложителна подготовката на значителна част от персонала на авиокомпаниите, с оглед възникването на нови потребности.

От съвсем кратко очертаните характеристики на необходимите промени става ясно, че еднозначен изход от създалата се достатъчно тежка ситуация за авиокомпаниите, надали е възможен. При всички случаи, промените ще изискват съществени капиталовложения и продължителен период за адаптация. В тази връзка следва да се посочи, че авиокомпаниите имат съществено значение за функционирането на националната икономика. Поради това, напълно естествено би било да се очаква, те да бъдат подпомагани от държавата, а в някои случаи от общините. В някои държави за тази цел са предназначени специализирани фондове за подпомагане на авиокомпаниите, които се използват в рамките на специализирани програми. Помощта, обаче, може да се изрази не само в пряка финансова подкрепа или определени фискални отстъпки за авиокомпаниите. Съществено значение има и възможността, специализираните държавни органи, както и органите на местната власт, да окажат необходимата подкрепа в процеса на целевото изследване на определени нови пазари, както и функция на координация и съгласуване в процеса на дейността на авиокомпаниите и туристическите предприятия. От съществено значение, особено при реструктурирането на авиокомпаниите и придобиването на нови технически средства, има субсидирането на лихвените ставки от страна на държавните финансови институции. По този начин, от една страна, ще бъде използван в по-малка степен публичният ресурс за подпомагането на авиокомпаниите, а от друга – ще се даде възможност тези компании да развият дейността си в новите условия. Сериозна помощ може да се окаже на авиокомпаниите и чрез създаването на съответен Център за обмяна на информация за туристически пътувания. В някои страни тази практика се оказва от съществено значение за подпомагане на пазарното позициониране на авиокомпаниите. Ограничените възможности на публичното финансиране надали ще позволят пълноценно реализиране на програмите за подпомагане на авиокомпаниите. В този случай, една от подходящите организационни форми би било функционирането на публично-частни партньорства в различни сфери от дейността на авиокомпаниите. Най-успешно функциониране на подобни компании би могло да се реализира в отделни технически области, както и при овладяването на нови пазари. В този случай получаваната помощ може да се разглежда като форма на инвестиция непосредствено в авиокомпаниите и в съответната туристическа инфраструктура. Публично-частните партньорства биха били полезни както за решаването на частни задачи на управлението, така и за решаването на стратегически задачи, свързани с туристическите пътувания.

4. Промени в дейността на компаниите от наземния транспорт

Наземните елементи на транспорта заемат са водещи при реализирането както на международния, така и на вътрешния туризъм. Именно от него в значителна степен зависят повечето от елементите на туристическото пътуване и в качеството на допълващ транспорт, и в качеството на транспорт за реализирането на отделни елементи на

Съвременни управленски практики XI – БСУ, 2021
ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В ДЕСЕТИЛЕТИЕТО
НА СВЪРЗАНОСТТА И АВТОМАТИЗАЦИЯТА

туристическите програми⁵. Напълно естествено е, че при общото негативно отражение върху туристическият бранш на пандемията от COVID-19, този сектор на туристическите пътувания да изпитва съществени затруднения. Още повече, че по-голямата част от фирмите работещи в тази област, са малки или средни предприятия. Те, за разлика от авиокомпаниите, нямат необходимите резерви, които да могат да използват по-продължително време. Затова и проблемите, породени от пандемичната ситуация в повечето страни, поставят тези фирми на границата на оцеляването. Изключение правят големите железопътни компании, но при тях туристическите пътувания не са толкова голяма част от пътникопотока, а и следва да се отчита, че повечето железопътни компании са в договорни отношения с държавни органи и органи на местната власт, т.е. използват съответен публичен ресурс, което е от съществено значение при подобни сътресения на пазара. Повечето компании от сферата на наземните туристически превози, сериозна са намалили обемите на превозваните туристи, както и честота на пътуванията. Заедно с това, трябва да се отбележи, че възстановяването на дейността на подобни фирми може да бъде значително по-бързо, отколкото е в случая на авиокомпаниите, тъй като при намаляване на опасността в рамките на определена държава или регион, се наблюдава определено нарастване на обема на вътрешния туризъм, както и на превозите, близки по своя характер до туристическите⁶.

Съществуващите затруднения, както и възможностите за развитие на наземните туристически превози изискват от фирмите работещи в тази област, не толкова инвестиции в нови технически средства, колкото нови подходи към организацията и управлението на процесите, свързани с основната им дейност. Новите подходи към управлението на дейността следва да бъдат пълноценно интегрирани с дейността на туристическите компании, както и с обема на тяхната дейност. Очевидно, в близко време надали може да се очаква пълното възстановяване на обемите на работа (респективно, превози), съществували преди началото на проблемите, свързани с пандемията на COVID-19. Може да се очаква бе за в бъдеще те ще бъдат значително по-малки от тези съществували в предходния период.

Съществено значение има и качеството на предоставяните на туристите транспортни услуги. В частност, се очаква нов подход към осигуряването на здравната сигурност на туристите, по време на пътуването, което ще изисква сравните по-малки по обем технически промени и значително по-високо качество на организация на самите пътувания. Такава организация следва да бъде ориентирана, на първо място към запазване здравето на туристите, в ситуацията на активно разпространение на вирусни заболявания. Персонала на съответните транспортни средства, също така трябва да притежава съответна подготовка, насочено към повишаване на здравната сигурност както на туристите, така и на работещите.

Важен елемент за кризисният мениджмънт на транспортните компании от наземният транспорт е ориентацията към нови пазари. Ориентацията към нови пазари и намирането на нови партньори изисква на първо място висока степен на информационно осигуряване на съответните процеси. Напълно ясно е, че съществувалят в миналото обем на информация няма да може да задоволи нововъзникналите потребности.

⁵ Weaver David, Lawton Laura. *Tourism Management*. 5th Edition. Wiley, 2014.

⁶ В тази категория могат да бъдат включени превози организирани по определени поводи от различни нестопански, религиозни, образователни и друг тип организации, при което също така се предполага превозването на по-голям брой хора, в рамките на определено целево пътуване.



Това води до потребността от нова организация на информационният процес, като той трябва да има двустранен характер: както по-висока степен на интегрираност на транспортната дейност в цялостната туристическа услуга, така и по-висока степен на информираност на туристите за особеностите на пътуването и по-специално за мерките за здравна сигурност.

Новите условия на функциониране налагат и значително по-висока степен на интеграция на транспортните процеси в цялостната туристическа услуга. Тази интеграция може да бъде реализирана единствено чрез прилагането на някои от формите на организация, които се прилагат в процеса на промишленото производство. В частност, транспортната услуга следва да бъде предоставяна съгласно принципа „точно навреме“ и максимално пълно да задоволява потребностите на туристите от транспорт, през цялото време на тяхната почивка. В този случай, транспортните компании следва да предлагат висока степен на защитеност на туристите, като по този начин се конкурират с другите възможни варианти за осъществяването на транспортни услуги.

Очевидно е, че всичките тези дейности ще изискват определени капиталовложения. При съществуващото състояние, по-голямата част от фирмите за наземен транспорт нямат възможността да направят самостоятелно подобни инвестиции. В този случай, на тази категория фирми може да бъде оказана както непосредствена подкрепа от страна на държавата и/или местните органи на властта, така и да се търсят възможности за намиране на общ ресурс с туристическите компании или предприятия от съответния регион. В този случай е желателно, подобни обединения, насочени към търсене на допълнителни инвестиции, да използват подкрепа при управлението на паричните потоци, както и определени фискални отстъпки.

Днес, прогнозирането на ситуацията в такава област като туризма е достатъчно „неблагодарна“ дейност. Въпреки това, надявам се, че описаните по-горе подходи, ще позволят намирането на реални решения, за възстановяването на обема на туристическите пътувания, след прекратяването на пандемията.

Литература:

1. Arblaster M. Air Traffic Management: Economics, Regulation and Governance. Elsevier, 2018.
2. Becker Elizabeth. Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism. Simon & Schuster, 2013.
3. Lee D. (Ed.) The Economics of Airline Institutions, Operations and Marketing. Elsevier Science, Amsterdam, 2007.
4. UNWTO. How are countries supporting tourism recovery?, June 2020.
5. Weaver David, Lawton Laura. Tourism Management. 5th Edition. Wiley, 2014.