

7. Белорусская молодёжь любит выделяться из толпы. Китайцы предпочитают коллективизм, следуя поговорке: «Единство – это сила».

Таким образом, в заключении стоит отметить, что китайский народ больше предпочитает старые обычаи и традиции, которые были заложены в них предками, но и с большим энтузиазмом воспринимают прогрессивные идеалы. Беларусь же стремится укрепить духовно-культурное развитие народа, создавая социокультурное пространства, воссоединяющее национальные традиции и современные формы межкультурного диалога.

Список использованных источников

1. Традиционная культура Китая – от древности до наших дней [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mykitai.ru/strana/istoriya/traditsionnaya-kultura-kitaya-ot-drevnosti-do-nashih-dnej.html> – Дата доступа 16.03.2023.
2. Народы Беларуси: культура и традиции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://сезоны-года.рф/народы%20Беларуси.html> – Дата доступа 16.03.2023.
3. Топ-10 различий между культурой Беларуси и Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.websmi.by/2021/04/top-10-ochevidnyh-kulturnyh-razlichij-mezhdu-kitaem-i-belarusyu/> – Дата доступа 16.03.2023.

УДК316.6:338.48(476)

СЛОЖНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ COVID-19: ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

*Головач А.А., к.ф.н, доц., Родионова Ел.С., студ.
Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Поскольку мир столкнулся с беспрецедентной глобальной чрезвычайной ситуацией в области здравоохранения, социальной и экономической жизни в связи с пандемией COVID-19, путешествия и туризм входят в число наиболее пострадавших секторов, так как самолеты летают реже, отели закрыты, а ограничения на поездки введены практически во всех странах мира [1].

Такого тяжелого кризиса в туристском бизнесе не наблюдалось со времен Второй мировой войны. Однако любой кризис ведет не только к негативным последствиям. В числе этих возможностей и вызовов – ускорение процессов цифровизации туристских сервисов, более активное внедрение современных технологий (например, больших данных, искусственного интеллекта, смешанной и дополненной реальности и т. п.), использование идей экономики впечатлений, актуализация индивидуального подхода к клиенту, а также экологического аспекта туристского продукта, расширение географии туристских маршрутов и др. Кроме того, ожидаемо усилится важность такого фактора, как безопасность путешествий (включая санитарно-эпидемиологическую обстановку места пребывания) [2].

Индустрия туризма понесла огромный удар в 2020 году в результате блокировок и ограничений на поездки, направленных на сдерживание распространения COVID-19, что заставило людей во всем мире ограничить свою деятельность и лишиться средств к существованию [1].

Перспективы восстановления отрасли связаны в первую очередь с тем, как скоро коронавирусная инфекция будет взята под контроль. До светлого будущего доживут не все представители туристического сектора. Кто-то уже разорился. Кто-то пока выживает, но по окончании пандемии окажется без финансовых резервов или в долгах. Для стран, в которых туризм – важная сфера экономики, это означает, что в отрасль придут новые игроки, которым придётся предоставить льготы, чтобы они могли запустить свой бизнес и занять место тех, кто разорился. А где-то отрасль может потерять часть своего потенциала [3].

Пройдет не один год, прежде чем человечество подсчитает убытки от COVID-19, сделает прогнозы по выходу из кризиса, а позже для будущих поколений это и будет ключом к разгадке прогнозирования и изобретения вакцины от вируса и спасения человечества от пандемии [4].

Таким образом, мы предлагаем внедрить некоторые меры по восстановлению туризма:

1. Субсидирование таких акций, которые направлены на снижение стоимости услуг туристской сферы, с целью привлечения массового туриста и повышения доступности.

2. Субсидирование организованных поездок для школьников, студентов и пенсионеров.

3. Частичное субсидирование авиаперелетов в регионы, с повышенной туристской привлекательностью или, наоборот, в малодоступные в виду дороговизны билетов дестинации (Сахалин, Алтай, Приморский край, Байкал и др.). Также стимулирование коротких путешествий (маршруты выходного дня) путем субсидирования межрегиональных перелетов.

4. Стимулирование туристских компаний и организаций в создании турпродуктов, в развитии туристской инфраструктуры и другое [5].

Список использованных источников

1. Бородуля, А. А. // Влияние пандемии Covid-19 на международный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/10ECVN122.pdf?ysclid=ifcg4nm2qr683425796>. – Дата доступа: 14.03.2023.
2. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/loguncova3.htm. – Дата доступа: 14.03.2023.
3. Экономические потери отрасли туризма в связи с пандемией Covid-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru/research/mirovaya-turisticheskaya-otrasl-zhertva-covid-19/>. – Дата доступа: 12.03.2023.
4. Бородуля, А. А., Медведев, Н. В. // Мировой финансовый кризис и Covid-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/83297/1/Borodulya_A.A._467_468.pdf?ysclid=ifcn2ap0cr90268758. – Дата доступа: 12.03.2023.
5. Чертов, Д. Г., Матвеевская, А. С. // Особенности восстановления международного туризма после пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russiaglobal.spbstu.ru/userfiles/files/4_osobennosti_vosstanovleniya_mezhdunarodnogo_turizma_posle_pandemii_v_rossii_33_42.pdf. – Дата доступа: 16.03.2023.