



EFFICIENCY OF MEASURES TO SUPPORT THE TOUR OPERATORS UNDER CONDITIONS IMPOSED BY COVID-19 DURING 2020 (RESULTS OF A SURVEY CONDUCTED AMONG TOUR OPERATORS)

Abstract: This article analyzes the effectiveness of measures in 13 countries to support tour operators in the period March-December 2020. The analysis is based on a survey, conducted among tour operators in EU and non-EU countries. The survey is created after summarizing comparable measures in different countries, which are a basis for comparison in determining their effectiveness. In the comparisons made, it can be concluded that the EU countries, because of the procedures for concordance of measures, apply them with a certain delay. Non-EU countries are showing more flexibility and are able to adopt these measures in shorter terms.

Author information:

Nikolay Yotovski

PhD Student

Sofia University "St. Kliment Ohridski"

✉ nickyot@yahoo.com

🌐 North Macedonia

Keywords:

tour operators, COVID-19, institutions, measures, pandemic

Въведение

Обявената пандемия от COVID-19 засегна в различна степен различните сектори от икономиката, но най-засегнат безспорно е туристическият. През 2020 г. туроператорите в цял свят са изправени пред тежката ситуация на невъзможност за осъществяване на дейността си, поради затворени държави, липса на транспортни връзки, но най-вече липса на клиенти [1]. В същото време те са подложени на силен натиск от страна на клиенти, депозирали средства при тях за пътувания, които не могат да се реализират. Туроператорите реално не разполагат с тези средства, защото от своя страна те също са ги депозирали, за да гарантират цените за настаняване и транспорт на тези клиенти.

В тази ситуация без държавна подкрепа много туроператори не биха могли да оцелеят. През периода март-юни 2020 г. правителствата в различните държави приемат мерки за подпомагане на туроператорите [2, 3, 4 и др.]. На дневен ред стои въпросът доколко тези мерки са ефективни според самите туроператори.

„За да е ефективна ... туристическата политика трябва да повлияе върху оформянето на рамковите условия на туризма, като комуникира ориентирана към бъдещето визия за това какъв тип развитие е желан. За да може туристическата политика да повлияе рамковите условия и развитието на туризма тя се нуждае от институции и стимули...“ [5]

Ефективност се определя като степен на постигане на целите, т.е. до каква степен приетите мерки допринасят за стабилизиране на отделните туроператори.

Методология на изследването

Целта на настоящото проучване е оценка от страна на туроператорите на ефективността на мерките за подкрепа на дейността им. Обект на проучването са туроператори от 13 страни в и извън ЕС. Проучването е проведено в периода март-септември 2021 г. Анкетирани са собственици или представители на висшия мениджмънт, които имат поглед върху цялостното

състояние и дейност на фирмата. Предметът на проучването е ефективността на мерките и политиките на държавно ниво и на ниво ЕС за подкрепа на дейността на туроператорите. Проучваният период е от началото на обявената пандемия от COVID-19 до края на 2020 г. Подари малкия брой получени отговори, проучването не може да се приеме като представително. Въпреки това резултатите от него в голяма степен отразяват гледната точка на представителите на туроператорските фирми за ефективността на мерките и политиките, приети от властите в различните страни за подпомагане на дейността им.

Проучването е проведено на пет основни етапа:

1. Полуструктурирано интервю по Skype, Viber, WhatsApp и ел. поща, проведено през м. март-април 2021г. На този етап са проучени мерките и политиките за подкрепа на дейността на туроператорите в различните страни. За целта са интервюирани респонденти от 25 страни.

2. Сравнителен анализ на мерки и политики за подкрепа на дейността на туроператорите от 25 различни държави. На този етап е определен териториалния обхват на проучването и в частност кои страни да бъдат изследвани. Критерият е във всички тези страни да са прилагани еднакви мерки и политики за подкрепа на дейността на туроператорите, за да бъдат те сравними при обработката на резултатите. На базата на анализа е изготвен унифициран въпросник, който да бъде изпратен до представители на туроператорски компании. Анализът показва, че унифицирана анкета е възможно да се направи за 13 държави (10 от ЕС – България, Франция, Нидерландия, Белгия, Италия, Румъния, Чехия, Испания, Гърция и Малта и три звън ЕС – Швейцария, Русия и Великобритания).

3. Създаване на анкета в Google Forms на английски език и изпращане до респонденти от избраните 13 страни на база предварително изготвен мейлинг лист. В мейлинг листа са включени малки, средни и големи туроператори, предлагащи различни видове туризъм, както приемащи, така и изпращащи туристи. В анкетата въпросите са групирани както следва: за профила на анкетираните фирми; за сравнение на дейността им преди пандемията и през първата година от нея; за мнение за ефективността на мерките и цялостната държавна политика за подпомагането им; за наблюдавани промени в потребителското търсене и тяхната дейност. (Анкетата е преведена и на руски език, поради затруднения на респондентите да отговарят на английски език на въпросите.)

4. Изпращане на анкетата до респондентите (през м. юли 2020 г.) и периодично препращане до тези, които не са изпратили отговор.

5. Последваща комуникация с респондентите за изказване на благодарности за попълването на анкетата и доуточняващи въпроси, когато това е наложително за целите на проучването.

6. Обработка на данните. За обработката на затворените въпроси е използвана програмата SPSS. Отговорите на отворените въпроси са анализирани без използване на софтуер.

Профил на анкетираните туроператори:

От общо отговорилите 122 респонденти, 94 са от ЕС, а 28 са от страни извън ЕС (табл. 1).

Таблица 1. Профил на анкетираните туроператори

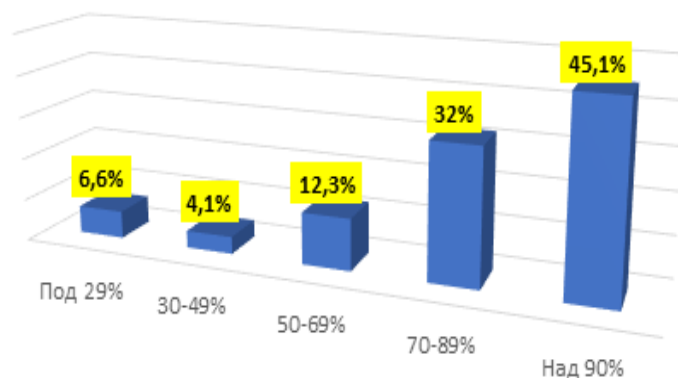
Държава	Брой анкети	изпратени	Брой получени отговори
България	39		10
Франция	29		12
Италия	42		25
Нидерландия	27		6
Белгия	30		6
Румъния	48		5
Чехия	21		9
Испания	30		5
Гърция	39		9
Малта	20		7
Швейцария	20		5
Русия	30		13
Великобритания	31		10
ОБЩО	406		122

По-голяма част от фирмите (с относителен дял 45%) съществуват от 11 до 20 години. Сред отговорилите приблизително равен брой са представители на фирми, съществуващи от 6 до 10 години (с относителен дял 15%), от 21 до 30 години (21%), над 30 години (17%). Само 3 респонденти (2%) са представители на фирми, регистрирани преди по-малко от 5 години.

Абсолютно равен е броят на туроператорите, осъществяващи изходящ и входящ туризъм – по 76 отговора (62,3%). По-малък брой – 51 туроператори (с относителен дял 41,8%) предлагат вътрешен туризъм. (Сборът на процентите надвишава 100, защото респондентите могат да посочат повече от един отговор.) Само входящ туризъм предлагат 25% от анкетираните, само изходящ 23%. Най-много от компаниите предлагат културен туризъм, следван от бизнес туризъм. Най-чести са съчетанията от културен и бизнес туризъм (25 % от всички отговори) и културен туризъм и морски почивки (20 % от всички отговори).

Всички интервюирани компании попадат в категорията „малки предприятия“ (с персонал по-малък от 50 души), а 16% от тях са в категорията „микропредприятия“ (с персонал по-малък от 10 души). В този смисъл всички от тях са имали възможност за кандидатстване по програмите за подпомагане на МСП.

Като положителен може да се отчете факта, че туроператорите са успели да запазят по-голяма част от персонала си. Над 45% от отговорилите са запазили повече от 90% от служителите си. Едва 10,7% от тях са запазили под 50% от служителите си. Запазването на голяма част от работните места може да се отдаде на мерките и помощите за запазване на работещите в бранша, въведени в различните страни (фиг. 1).



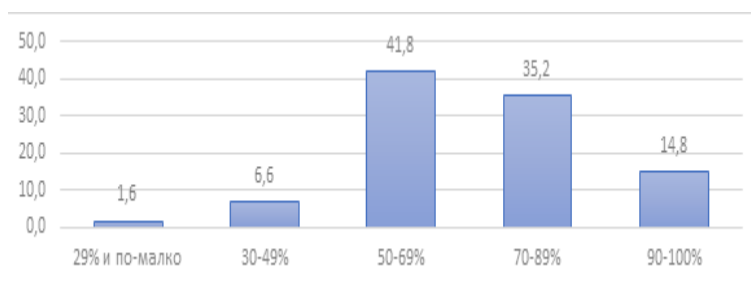
Фигура 1. Относителен дял на запазените работни места в туроператорските фирми (в периода март-декември 2020 г.)

След анализ на отговорите на този въпрос могат да бъдат направени някои интересни констатации:

- Всички интервюирани компании извън ЕС (с изключение на един туроператор от Великобритания) са запазили над 50% от служителите си, а 72% от тях са запазили над 90%. От компаниите в ЕС 13% успели да запазят по-малко от половината си служители, а 7,44% са запазили под 29%. От компаниите в ЕС 38% са запазили над 90% от служителите си.
- Всички от анкетираните туроператори от Белгия, Нидерландия, Гърция, Испания, Русия и Румъния са запазили над половината си служители, а всички от Швейцария над 90% от работещите.
- Няма ясно изразена зависимост между общия брой на персонала към 31.12.2019 г. и процента от запазените работни места към 31.12.2020 г. Т.е. процентът от запазените работни места не зависи от големината на компанията (по отношение на общ брой служители).

По брой на обслужените туристи за 2019 г. туроператорите са разпределени както следва: 2 фирми са обслужили над 20 000 туристи; 75% от туроператорите са обслужили между 15 000 и 20 000 туристи, а останалите – между 10 000 и 15 000 туристи.

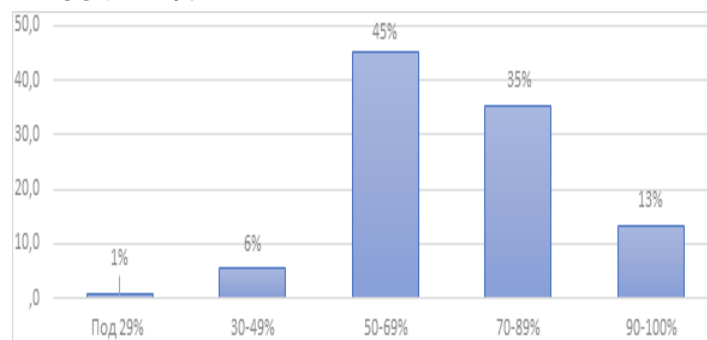
През 2020 г. прави впечатление броят на туроператорите, реализирали спад с над 50% от обслужените туристи в сравнение с 2019 г. (над 90% от интервюираните туроператори) (фиг. 2). Най-много (77%) са туроператорите, реализирали спад по този показател между 50% и 89%.



Фигура 2. Относителен дял на туроператорите, реализирали спад от обслужените туристи през 2020 г. в сравнение с 2019 г.

През 2019 г., най-много туроператори (с относителен дял 65%) са реализирали оборот под 10 млн. евро, по-малко (27 %) са с оборот между 10 и 30 млн. евро и само 7% - между 30 и 50 млн. евро. Само един туроператор (от Русия) е реализирал оборот над 100 млн. евро.

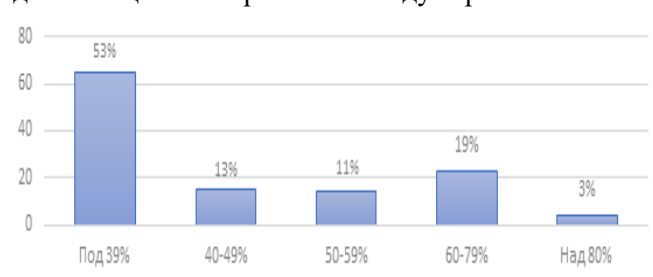
Съвсем логично наложените мерки за ограничение на разпространението на COVID-19, затворените граници и въведените локдауни във всички изследвани страни водят до сериозен спад в реализираните обороти на туроператорите през 2020 г. спрямо 2019 г. 80% от анкетиранията са отбелязали, че имат спад на оборота между 50 и 90% (фиг. 3). След направен обстоен анализ на резултатите може да се твърди, че намалението на оборотите на компаниите няма пряка връзка с големината на компанията, предлаганите видове туризъм, страната, в която тя е регистрирана и пазарите, на които работи. Очевидно кризата се е отразила по различен начин на различните туроператори по отношение на намаляване на оборота в следствие на обявената пандемия от COVID-19.



Фигура 3. Спад в реализираните обороти на туроператорите през 2020 г. спрямо 2019 г.

Първата мярка през 2020 г., предложена от туроператорите за оцеляването им и запазване на тяхната ликвидност във всички изследвани страни е **предоставяне на ваучери на клиентите**, предплатили за пътувания, които в последствие не са били реализирани, поради обявената пандемия. В последствие тази мярка е подкрепена от съответните правителства и е нормативно осигурена според местното законодателство. Ваучерите имат различни наименования, срок на валидност и форма, но функционират по един и същи начин. Клиентите запазват правото си да използват платената сума към туроператора за бъдещи пътувания. В случай, че не се възползват от тази възможност до изтичане на валидността на ваучера имат право на възстановяване на цялата сума. Мярката е продиктувана от факта, че за тези неосъществени пътувания туроператорите са предплатили с депозитите на клиентите си различни услуги към други доставчици – авиокомпании, места за настаняване и др., които също са отложени за ползване за бъдещи периоди. Тъй като туроператорите не разполагат със сериозни ликвидни средства за възстановяване на депозитите на клиентите, масово анулиране на пътувания би довело до бързи фалити на туроператори. В крайна сметка до такива не се стига.

Фигура 4 дава информация за относителния дял на клиентите, приели да получат ваучери срещу заплатени депозити за неосъществени пътувания. Повече от половината интервюирани туроператори са посочили, че под 39% от клиентите им са приели да получат ваучери. При този показател не се наблюдават съществени разлики между страните от ЕС и тези извън ЕС.



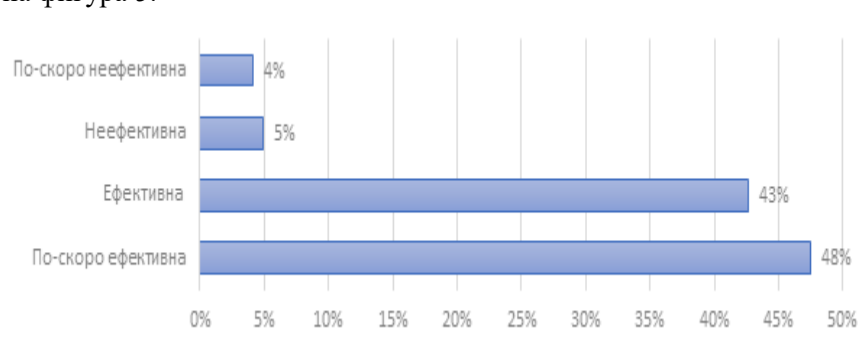
Фигура 4. Относителен дял на клиентите, приели да получат ваучери срещу заплатени депозити за неосъществени пътувания

Резултатите от проучването показват, че малка част от клиентите са приели ваучер. Очевидно опитите да се стигне до споразумение между клиенти и туроператори за получаване на ваучери срещу предплатени и нереализирани пътувания не е популярна мярка. За това на по-късен етап в много страни се отпускат безвъзмездни помощи за туроператори, които целево да бъдат използвани за възстановяване на депозити на техни клиенти за нереализирани пътувания.

Следващата мярка за подпомагане и осигуряване на ликвидност на туроператорите в хронологичен аспект е **предоставяне на кредити**. Тази мярка е възприета във всички изследвани страни. Фирмите имат възможност да кандидатстват за нисколихвени и безлихвени кредити. Над 45% от интервюираните компании не са се възползвали от кредити (88% от тях са компании с персонал до 20 служители, а 2/3 от тях са с по-малко от 10 служители). Според данните от проучването малките фирми не са разчитали на кредитиране за справяне с кризата. Това най-вероятно се дължи на по-малките им текущи разходи, които фирмите са преценили, че биха могли да поемат със собствени средства и преки държавни помощи и не е необходимо да ползват ликвидни средства под формата на кредити.

Над 26% са ползвали и безлихвени и нисколихвени кредити (основно големите туроператори с персонал над 20 служители, занимаващи се предимно с изходящ туризъм). Депозитите, предплатени към авиокомпаниите, хотели и др. доставчици са принудили тези туроператори да ползват кредити, за да си осигурят достатъчно ликвидни средства. Също над 26% са тези, които са ползвали безлихвени кредити, като за тях е трудно да се направи обобщен профил. Решението за ползване на безлихвен кредит по-скоро може да се приеме като индивидуално за мениджмънта на различните туроператори. Много нисък е процентът на фирмите, които са ползвали само нисколихвени кредити. Вероятното обяснение е, че те не са получили възможност за получаване на безлихвени кредити.

Много важна мярка за запазване на работни места е приетата схема, придобила популярност като „60/40“, а в последствие „80/20“. По този начин държавата стимулира работодателите да запазят персонала, поемайки 60 или 80% от осигурителния доход и осигурителните вноски на всички техни служители. Тази мярка е приета много положително от туроператорите. Информация за ефективността ѝ според туроператорите е представена на фигура 5.



Фигура 5. Ефективност според туроператорите на мярката за запазване на работни места по схемата „60/40“, а в последствие „80/20“.

Съвсем естествено 91% от туроператорите оценяват мярката като по-скоро ефективна или ефективна. Въпреки това правят впечатление някои интересни факта:

- по-висок процент от анкетираните оценяват мярката като „по-скоро ефективна“, отколкото като „ефективна“;
- „по-скоро ефективна“ е отговор, даван предимно от големи туроператори, с над 20 служители. 78% от така отговорилите са представители на големи туроператори;

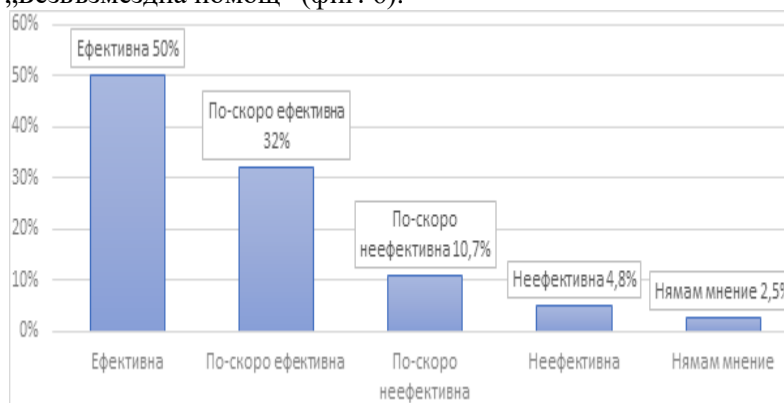
- за малките туроператори с персонал под 20 служители, мярката е „ефективна“. 81% от така отговорилите са представители на малки туроператори;
- за близо 10% от отговорилите тази мярка е „по-скоро неефективна“ или „неефективна“;
- всички туроператори, окачествили мярката като „неефективна“ са запазили под 29 % от служителите си.

Във всички изследвани страни е въведена мярката за подпомагане на туроператорите чрез **целеви помощи за текущи разходи**. Най-често допустимите разходи, които помощта покрива са: наем на офис, консумативи, разходи за електричество, отопление и др. текущи разходи. Според проучването 84% от туроператорите са се възползвали от тези помощи. Останалите 16% са основно туроператори със собствени офиси, които през 2020 г. поради въведени локдауни и дистанционна работа не са функционирали за продължителни периоди от време.

Ефикасността на процедурата по кандидатстване за държавни субсидии също е обект на проучването. Много голяма част от отговорите определят процедурата като „по-скоро ефикасна“ и „ефикасна“, съответно 57,4% и 27,9%. Едва 5,7% от отговорилите окачествяват процедурата като „неефикасна“. След като 85,3% от отговорите дават положителна оценка за ефикасността, може да се твърди, че правителствата на различните държави са въвели ефикасни процедури за кандидатстване. Но два пъти по-високия процент, които не са съгласни, че процедурата по кандидатстване е напълно ефикасна все пак води до извода, че би могло тя да бъде оптимизирана. Въпреки това се налага заключението, че в непознатата ситуация през 2020 г. правителствата са въвели ефикасни механизми за кандидатстване за държавни субсидии, приложими за туроператори.

Логично следствие от удовлетвореността на туроператорите от ефикасността на процедурата за кандидатстване за държавни субсидии е навременното получаване на тези субсидии. Според 75% от отговорилите, те са получили навреме субсидиите. През 2020 г. туроператорите не могат да осъществяват дейността си и поради тази причина за оцеляването си разчитат на държавни субсидии – навременното им получаване е от съществено значение за запазване на тяхното функциониране. Може да се твърди, че правителствата в различните страни са реагирали своевременно и субсидиите са стигнали навреме до туроператорите – 75% от анкетиранияте фирми са отговорили утвърдително. Само 25% отговарят, че не са получили навреме държавните субсидии, като всички с изключение на една компания са от страни от ЕС. Това забавяне се обяснява с трудните и тежки процедури за одобрение и изплащане на субсидиите. При по-задълбочен анализ на профила на тези компании прави впечатление, че забавянето рефлектира върху запазване на работните места (80% от отговорилите, че не са получили навреме държавните субсидии са сред компаниите, запазили най-малка част от служителите си).

Най-важният въпрос е свързан с мнението на туроператорите за ефективността на пълния пакет от мерки „Безвъзмездна помощ“ (фиг. 6).



Фигура 6. Ефективност според туроператорите на пакета от мерки „Безвъзмездна помощ“ (на ниво държава)

Пакетът „Безвъзмездна помощ“ е оценен ефективно от половината от отговорилите (61 туроператори). Всички анкетирани фирми от страните извън ЕС определят пакета от мерки като ефективен. Едва 35% от туроператорите от ЕС, определят мерките като ефективни. Като към тях прибавим и тези, които ги оценяват като „по-скоро ефективни“, относителния дял на даващите положителна оценка на пакета от мерки (от ЕС) нараства на 76,6%. Само 20,2% от тях в различна степен отговарят, че мерките са неефективни.

Туроператорите от ЕС не окачествяват общоевропейската политика за тяхното подпомагане като „ефективна“. 47,9% от тях я определят като „по-скоро неефективна“, а 19,1% като „неефективна“. Висок процент (20,2%) нямат мнение за ефективността на политиката на институциите от ЕС за подпомагане на туроператорите. Този висок процент може да бъде обяснен с липсата на комуникация от страна на европейските институции по отношение на тяхната политика към туроператорите. Само 11,7% от отговорилите оценяват общоевропейската политика като „по-скоро ефективна“, а една фирма я оценява като „ефективна“. В този смисъл може да се направи заключението, че общоевропейската политика за защита на туроператорите остава ниско оценена, непопулярна или недоразбрана.

Правителствената политика за подпомагане на туроператорите е много по-високо оценена. Това важи и за туроператорите от ЕС и тези извън ЕС. При обобщение на резултатите от всички отговори става ясно, че 53,3% окачествяват правителствената политика като „по-скоро ефективна“ и 34,4% като „ефективна“. Само 11,5% в различна степен не приемат политиката на правителствата като ефективна. Тук възниква въпроса дали има съществени различия в оценките на туроператорите от ЕС и извън съюза (фиг. 7).



Фигура 7. Оценка на туроператорите за ефективността на държавната политика в страните от ЕС (вляво) и извън ЕС (вдясно)

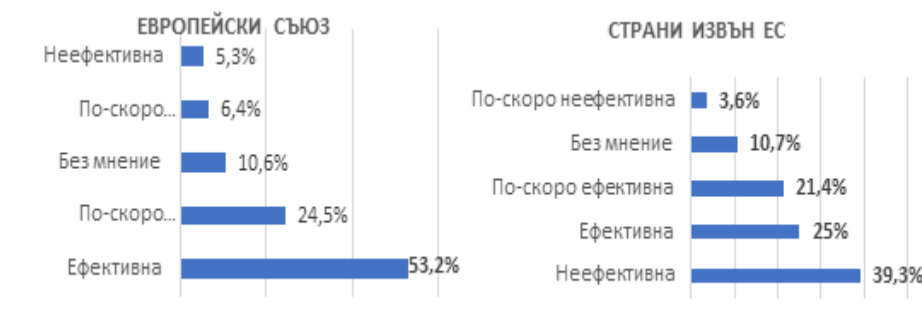
При сравнителния анализ на отговорите впечатление прави еднакъв процент на отговорилите, оценяващи правителствената политика като „по-скоро ефективна“ и „ефективна“. Сборът на тези отговори за туроператорите от ЕС е 88%, а на тези извън ЕС 89%. Наблюдават се съществени разлики между отговорите от страните от ЕС и тези извън ЕС. Два пъти по-голям процент от туроператорите извън ЕС смятат правителствената политика за подпомагането им като „ефективна“ в сравнение с техните колеги от ЕС (57% спрямо 28%). От друга страна два пъти по-висок процент от туроператорите от ЕС окачествяват правителствената политика като „по-скоро ефективна“ в сравнение с тези извън ЕС (60% спрямо 32%). Нито един туроператор от страните извън ЕС не определя правителствената политика като „неефективна“.

Тъй като мнението на туроператорите за ефективността на правителствената политика е един от най-важните въпроси от проучването, той бе засегнат в голяма степен при последващите интервюта. Туроператорите от ЕС, които не приемат правителствената политика като „ефективна“ посочват закъснения в приемането на мерките за подпомагане на

туроператорите. Като основна причина за това забавяне те определят тежките процедури за одобрение на различни схеми на финансиране, повечето от които трябва да бъдат съгласувани с европейските институции. По време на интервютата с туроператорите от ЕС се налага мнението, че няма последователност в мерките за подпомагането им и те остават с впечатление, че се работи без стратегия и надграждане на тези мерки. Все пак се отчита добрата общоевропейска и правителствена политика за подпомагане на големи групи от засегнати икономически субекти - този подход се определя от фирмите като по-удачен от секторния. Като добри примери са посочени схемите за подпомагане на малките и средни предприятия (МСП), схемите за запазване на работни места и др. Туроператорите извън ЕС също споделят мнение за липса на последователност при приемането на мерки за подпомагането им. Въпреки това те смятат, че правителствата им са успели да създадат ефективни механизми, които са им помогнали в трудната за бранша ситуация.

В условията на криза, много важна е ролята на браншовите организации и сдружения, които са медиатор между туроператорите и държавните институции. Като цяло туроператорите оценяват положително действията им, характеризирайки ги като „по-скоро ефективни“ – 46,7% и „ефективни“ – 18,9%. Немалък е броят на отговорилите негативно – 26,2% оценяват действията им като „по-скоро неефективни“ и 5,7% като „неефективни“. Няма съществена разлика в отговорите на туроператорите от ЕС и тези извън ЕС. Като положителни са окачествени действията на професионалните организации и сдружения за информиране на институциите за състоянието на туроператорите в условията на пандемия и нуждата за подпомагането им в изследвания период. Като неефективни действия са определени многобройните срещи с институциите и организиране на протестни действия, които на практика не дават резултати.

Проучването обхваща 2020 г., но провеждането му съвпада с въвеждането на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС. Това е добра възможност да бъде проучено мнението на туроператорите до каква степен тази нова мярка би била полезна за тяхната дейност. Проучени са мненията на туроператорите от ЕС и на тези извън ЕС (защото те посещат или изпращат туристи в ЕС и мерките, въведени в съюза влияят пряко върху тяхната дейност). В обобщените резултати от отговорите, сред които много по-голям брой са тези от ЕС, мярката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС е характеризирана като „по-скоро ефективна“ от 46,7%, „по-скоро неефективна“ от 26,2%, „ефективна“ 18,9% и неефективна от 5,7%. Тази обща картина не дава реална представа за мнението на туроператорите за мярката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС и за това е интересно да се направи съпоставка между отговорите на туроператорите от ЕС и извън ЕС (фиг. 8).



Фигура 8. Мнение на туроператорите (от ЕС вляво и извън ЕС вдясно) за ефективността на мярката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС

При тази съпоставка могат да се направят съществени анализи за отношението на туроператорите към въвеждането на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС. Мярката се приема като „ефективна“ и „по-скоро ефективна“ от повече от 77,7% (над половината от отговорилите приемат мярката като „ефективна“). Този висок процент на одобрение е логичен сред туроператорите от ЕС. С въвеждането на сертификата, пътуванията в рамките на съюза се определят от туроператорите като „по-сигурни“ и „по-предсказуеми“. Това директно резултира в повече клиенти и възможности за увеличаване на продажбите. Общо 11,7% от туроператорите от ЕС не приемат положително мярката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС. Това са предимно туроператори, работещи със страни извън ЕС и въвеждането на тази мярка лишава много техни клиенти от лесен достъп до страните от ЕС, които са сред най-търсените туристически дестинации.

Детайлният анализ на отговорите показва, че най-голям е относителният дял на туроператорите от страните извън ЕС, които окачествяват мярката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС като „неефективна“ (39,3%). Това е съвсем естествено за руските туроператори, предвид факта, че туризмът в Русия (входящ и изходящ) е силно зависим от европейските пазари.

От всички отговори на туроператори извън ЕС, 46,4% я определят като „ефективна“ или „по-скоро ефективна“. Положителната е оценката за въвеждане на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС сред туроператорите от Великобритания и Швейцария. Причината за това отношение е приравняването на техните здравни сертификати с европейските, което дава шанс на тези туроператори да посрещат и изпращат туристи в рамките на съюза.

Промяната на потребителското поведение в условията на пандемията от гледна точка на туроператорите е тема, която в никакъв случай не трябва да бъде пренебрегвана [6, 7, 8]. В проучването тя фигурира като въпрос със свободен отговор. След обобщение на отговорите, се открояват следните тенденции в промените на потребителското търсене:

- Резервации в последния момент (21,3% от отговорите). В непрекъснато променящите се режими на отваряне и затваряне на страните, това е нормално поведение на потребителите [9]. При резервиране в последния момент клиентите имат известна доза сигурност, че през следващите две седмици (най-често това е периода на действие на приетите режими за допускане на туристи в повечето страни) те ще могат да осъществят резервираното пътуване.

- Избор на близки дестинации (19% от отговорите). Освен че обикновено тези пътувания са свързани с по-малки разходи, не е за пренебрегване и факта, че клиентите имат по-голяма доза сигурност, пътувайки в близки дестинации. Сигурността е свързана с по-добра предвидимост и информираност за мерките, които се очаква да се въведат в близките и съседни държави.

- Увеличен интерес към вътрешни пътувания (18,03% от отговорите). В непредвидима ситуация вътрешните пътувания са добра алтернатива за потребителите. Резервирайки пътуване в собствената си страна клиентът получава сигурността, че ще осъществи пътуването си, а от друга, че няма да изгуби значителна част от заплатената сума. Традиционно по-голяма част от клиентите организират сами пътуванията в собствената си страна, но в тази ситуация много от тях притежават ваучери за предплатени суми при туроператори, които предпочитат да използват максимално бързо.

- Засилен интерес към индивидуални пътувания и тенденция за по-малки групи (11,48%). В условията на пандемия е нормално клиентите да предпочетат индивидуални пред групови пътувания [9]. Това е свързано със съзнателно приемане на по-високи разходи. Индивидуалното пътуване не е свързано със задължителен минимален брой пътуващи, за да се осъществи. Не е обвързано и с точно следване на програма, както е при груповите пътувания. В

много от случаите тези индивидуални пътувания са почивки или такива, свързани с настаняване на едно място. Тенденцията за по-малки групи също е нормално явление в условията на пандемия и е продиктувана от по-малкия брой желаещи да пътуват, както и редица ограничения за брой туристи в група, въведени в много държави. Това силно ограничава организираните групови пътувания, особено обиколните.

- По-малък интерес към далечни/екзотични дестинации (8,19%). През периода на проучването много от далечните и екзотични дестинации са затворени или с много труден достъп за чужди туристи, което обуславя този отговор.

- По-кратки пътувания (5,73%). По-кратките пътувания са свързани с по-ниска цена, но и с по-малък риск за осъществяването им [10]. Тенденцията е за пътувания от 3-4 нощувки (за сравнение преди 2020 г. са резервирани най-често пътувания за 6-7 нощувки).

- Голям е процент на отговорите, които не могат да се групират (16,41%). Сред тях са такива, свързани с промени в потребителското търсене по отношение на цените. Някои туроператори отбелязват търсене на по-скъпи пътувания, други – по-евтини. Има и отговори, свързани с предпочитания тип транспорт – предимството е за самолетния, а интересът към автобусни пътувания е минимален.

Обявената пандемия и последвалата криза в бранша води до съществена промяна в дейността на 52,05% от отговорилите туроператори. В най-голяма степен тези промени са свързани с промяна в предлагания продукт. Най-често туроператорите се преориентират към предлагане на почивки. Наблюдава се липса на таргетиране – туроператорите предлагат „всичко на всички“. Интересни са няколко отговора от Русия. През 2020 г. туроператори, притежаващи собствени транспортни средства, са принудени да ги използват за куриерски услуги, доставки на стоки и др. – услуги, които са нетипични за туроператорския сектор.

Изводи

Въпреки сложната ситуация, в която се намират туроператорите през 2020 г. (поради забрани за пътувания, причинени от обявената пандемия) до масови фалити не се стига. Голяма роля за предотвратяването на такива играе държавната подкрепа. Мнението на туроператорите е, че въпреки някои несъвършенства и забавяния, мерките, предприети за тяхното подпомагане са ефективни.

Поради по-дългите срокове за одобрение и съгласуване, в страните от ЕС има леко забавяне в приемането на тези мерки. Благодарение на по-големия набор от инструменти и по-голям финансов ресурс, с които ЕС разполага това забавяне е компенсирано и ефективността на мерките не намалява. Общоевропейските мерки за подпомагане на туроператори, главно поради недобра комуникация, остават не особено популярни сред туроператорите.

През 2020 г. държавните институции са действали ефективно за подпомагане на сектора (според мнението на туроператорите). Това е добра индикация за работата на институциите, отчитайки факта, че ситуацията на пандемия не позволява контрол, а и липсват добри практики и предишен опит за адекватен отговор на кризата.

Наред с чисто икономическите аспекти, много важен е и социалният аспект на мерките за подпомагане на туроператорите. Запазването на голяма част от работните места в условията на тежка криза в сектора е още един важен индикатор за ефективността на държавната политика.

Въвеждането на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС дава нови възможности за туроператорите да увеличат броя на клиентите си.

Заклучение

В условията на пандемията от COVID-19 през 2020 г. правителствата на различните държави се изправят пред ситуация, предполагаща бързи действия. Те трябва да вземат

отговорни решения, които едновременно да съхранят здравето на гражданите на техните страни, но и да запазят частните икономически субекти. При вече приети държавни бюджети са необходими тежки процедури за промяна им, за да може да бъде създаден ефективен механизъм и баланс в тези два важни приоритета. Това в най-силна степен важи за туризма. Свободното движение на хора създава предпоставки за бързо разпространение на вирусното заболяване, но ограничаването на пътуванията поставя в изключително тежка ситуация сектора. В много страни туризмът формира значителен дял от БВП.

В самото начало на пандемията мерките за подпомагане на туроператорите са хаотични, без последователност и надграждане. В края на 2020 г. предприетите мерки за подпомагане на туроператорите в голяма степен се оказват ефективни и са подпомогнали оцеляването им.

Самите туроператори претърпяват сериозни промени в дейността си, персонала и клиентите, но като цяло успяват да се задържат на пазара и да продължат да функционират.

References:

1. UNWTO, The report on COVID-19 Related Travel Restrictions a Global Review for Tourism.
1. <https://www.unwto.org/news/covid-19-response-travel-restrictions>
2. European Commission, Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism in 2020 and beyond.
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_854
3. Légifrance, Service public de la diffusion du droit, Ordonnance n° 2020-315 du 25 mars 2020 relative aux conditions financières de résolution de certains contrats de voyages touristiques et de séjours en cas de circonstances exceptionnelles et inévitables ou de force majeure.
<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000041755833/2020-10-27/>
4. Kabakov, I., Marinov, V. et al. (2021), COVID-krizata v kulturata i turizma, osnovan na kulturno nasledstvo; idei za izkhod ot situatsiyata, Sofiiski universitet "Sv. Kliment Okhridski"
5. Keller, P. (1999), "Future-oriented tourism policy — Synthesis of the 49th Aiest Congress", *The Tourist Review*, Vol. 54 No. 3, pp. 2-6.
6. Van Bavel, Jay J., et al. (2020), "Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response." *Nature human behaviour* 4.5, pp. 460-471.
7. Zenker, Sebastian, and Florian Kock. (2020), "The coronavirus pandemic—A critical discussion of a tourism research agenda." *Tourism management* 81: 104164.
8. Matiza, T. (2020), "Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk." *Journal of Tourism Futures* .
9. Dogramadzhieva, E. (2021), "Efekti na pandemiyata ot COVID-19 vŭrkhu turisticheskoto povedenie na bŭlgarite: ochakvani promeni v perioda za pravene na rezervatsii i polzване na posrednitsi." *Godishnik na Sofiiskiya universitet "Sv. Kliment Okhridski", Geologo-geografiski fakultet, Kniga 2-Geografiya, Tom 114.*
10. Dogramadzhieva, E, i Terziiska, I. (2020), "Vliyanie na COVID-19 vŭrkhu odobrenie za pŭtuvane na bŭlgarite. Obzorni rezultati ot anketno prouchване." DOI: 10.13140/RG.2.2.13230.95049