

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ СЕКТОРОМ У ПЕРІОД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА ТА ДЕРЖАВИ.

УДК 004.04

Л.М. ВАРАВА, д-р екон. наук, проф., Криворізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Туристична індустрія є однією з перших у економіках країн світу, яка зазнала негативних наслідків поширення коронавірусної інфекції. Причому кількість захворювань почала рости після повернень українських громадян із зарубіжних турів.

У таких умовах туроператорам ще в середині 2020 р. довелося перервати поточні тури, а ті, що були заплановані на майбутнє перенести або скасувати.

Втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд дол. США [1]. Негативними наслідками пандемії стали загроза закриття окремих туристичних організацій, втрата роботи їх співробітниками, неможливість виплати заробітної плати. Є випадки, коли організації не можуть повернути кошти клієнтам за тури, що були відмінені.

В сучасних умовах, коли епідеміологічна ситуація в Україні, організаціям турбізнесу необхідна підтримка держави, а також впровадження заходів щодо перспектив розвитку даної сфери. Важливим напрямом з боку держави є розвиток внутрішнього туризму.

Для реалізації органами влади таких заходів слід віднести: запровадження прозорого механізму використання отриманих до місцевих бюджетів коштів від туристичного збору виключно на розвиток внутрішнього туризму [1]; підтримка внутрішнього туризму шляхом упровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній; підтримка внутрішнього повітряного та залізничного транспортного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями [2].

З боку самих організацій доцільно розробляти механізми відновлення якісного обслуговування клієнтів з переорієнтацією на внутрішній та в'їзний туризм. Основною метою є підвищення попиту на внутрішні туристичні послуги. Важливе місце у цьому напрямі займає розвиток різних видів туризму по країні, наприклад, оздоровчого, медичного, дегустаційного.

Розвиток внутрішнього туризму включає низку заходів, до яких, перш за все, належать: підвищення якості готельних послуг; стимулювання відкриття невеликих готелів для посилення конкуренції у цій сфері; формування нових турів по мальовничим куточкам України; активізація сфери громадського харчування у туристичних регіонах шляхом налагодження роботи мереж ресторанів, кафе, закусочних, буфетів і надання персоналу можливості проходження базових курсів володіння англійською мовою на безоплатній основі.

До негайних заходів належить організація відкритих площадок (терас) для ресторанів і кафе.

На сьогодні необхідно концентрувати увагу на формуванні індивідуальних подорожей і подорожей невеликими групами. Влітку очікується підвищення попиту на подорожі у мікроавтобусах або автомобілями. На даний момент недоцільно використовувати великі туристичні автобуси.

Різноманітність туристичних продуктів дозволяє залучати клієнтуру з інших країн, перш за все, із сусідніх, «зокрема Республіки Молдова та Білорусі, для яких відвідання України має певні переваги: логістична доступність, відсутність мовного бар'єру, напрацьовані маршрути [1].

Важливе значення для розвитку українського туризму є проведення робіт з реконструкції автошляхів у туристичних регіонах.

Основним завданням менеджменту туристичного бізнесу в умовах пандемії є формування механізму реалізації нових продуктів з урахуванням існуючих ризиків, а також розробка стратегії на часи після карантину щодо розширення послуг для задоволення уподобань українських та зарубіжних клієнтів і створення умов з підвищення конкурентоспроможності України як туристичної держави.

Список літератури

1. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini> [Accessed 09 Apr. 2021].

2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR> [Accessed 09 Apr. 2021].