

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ
УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ**

Калита А. А.

Научный руководитель: Овчаренко Л.А.

д-р экон. наук, доцент кафедры туризма

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Последние месяцы стали для сферы туризма и гостеприимства самым тяжелым ударом за последние десятилетия. Никакие экономические и политические кризисы не имели такого разрушающего воздействия на данную сферу деятельности. По предварительным расчетам Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) и Oxford Economics ущерб от эпидемии коронавируса в туристской отрасли может составить \$22 млрд., а в случае если распространение коронавируса не удастся предотвратить, сумма может вырасти в 2-3раза [1].

Цель исследования – на основе анализа сложившейся в мировом туризме кризисной ситуации, связанной с распространением коронавируса, обосновать направления совершенствования стратегии управления туристской деятельностью на уровне государств и конкретных туристских предприятий в условиях современных вызовов.

Изложение материалов основного исследования. 28 февраля произошло знаковое событие в истории мирового туризма – отмена самой важной и влиятельной туристической выставки мира – ITB-Berlin. Власти Германии решились на отмену этой глобальной туристской выставки вечером 28 февраля за 4 дня до ее начала. Потери 10 тыс. участников со 180 стран мира,

связанные с авиабилетами, бронировкой отелей и, самое важное, застройкой дорогих стендов, составили сотни миллионов долларов.

Решение по поводу отмены проведения футбольного Евро-2020, которое должны принимать сразу 12 стран Европы, логически является следующим шагом.

Туризм очень чувствителен к подобным катаклизмам. Европейские туристы уже приостановили бронировки турпакетов на летний период. Главный вопрос – как можно вернуть деньги в случае объявления эпидемии на каком-то из курортов – остается без ответа.

В РФ и ДНР это также повлияет на выездной турпоток. Резкое снижение бронировок турпакетов по акциям раннего бронирования отмечают многие туроператоры. Еще в середине февраля авиакомпании столкнулись с уменьшением количества пассажиров, а в сегодняшних условиях, когда границы закрыты, на выезд летают только пустые самолеты, возвращающиеся обратно с туристами, спешно или планомерно покидающими курорты мира.

Однако нельзя рассматривать эту ситуацию только в негативном свете, в любом кризисе всегда можно найти возможность для прогресса. В частности, турагентства и туроператоры могут направить свои усилия на развитие внутреннего туризма. В ДНР в настоящее время разрабатывается стратегия развития внутреннего и въездного туризма. К сожалению, реальных финансовых средств на продвижение курортов и городов региона и активизацию развлекательной и анимационной деятельности на уровне конкретных туристских учреждений и региона в целом не выделяется. В то же время можно воспользоваться данным периодом туристской депрессии, чтобы запустить республиканский туристический портал, разговоры о котором идут на протяжении всего периода военного конфликта.

Если к летнему сезону ситуация с коронавирусом не нормализуется, внутрорегиональный туризм может стать единственной альтернативой для жителей ДНР. Для создания привлекательного имиджа регионов и городов Республики нужно информационное обеспечение, работа со СМИ и блогерами.

По прогнозам экспертов, биологическое оружие в не столь отдаленном будущем станет реальной угрозой для существования человечества и к этому нужно быть готовыми. Государства должны быть в состоянии вовремя предпринять действия для собственной безопасности, в том числе за счет закрытия границ и переориентации населения на отдых внутри государства

Вывод. Таким образом, совершенствование стратегии управления турагентством в условиях современных вызовов включает готовность к резкому сокращению направлений деятельности (туристских дестинаций) вплоть до отказа от выездных туров и переориентации на внутренний туризм.

В качестве самой жесткой меры может рассматриваться рынок виртуальных туров разной направленности, а в будущем – футуристические турпродукты, представляющие собой виртуальные туры интерактивного характера, предполагающие вовлечение туриста в виртуальные события с возможностью заранее спрогнозированного сценария или сценария с высокой степенью неопределенности, зависящего от потребностей и виртуальных действий самого «виртуального туриста». Несмотря на то, что речь идет о технологиях будущего, рынок инноваций в сфере IT развивается стремительными темпами и готовится к переходу на новый уровень туристской деятельности можно уже сегодня.

Список литературы

1. Туризм в нокдауне. Потери отрасли оценивают в \$22 млрд и это не предел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/vsemirnyy-sovet-po-turizmu-otsenil-vozmojnyy-uscherb-ot-koronavirusa-v-22-mlrd>.

2. Синицин Н. Сколько стоит короновирус туристическому бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://112.ua/statji/paniki-net-no-padenie-nalico-kak-turoperatory-ocenivayut-ubytki-ot-koronavirusa-527069.html>.