

**Крауз Д. О., Біліченко Ю. Є.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ**

Наслідки пандемії COVID-19 відчув весь туристичний бізнес в світі, втрати якого обчислюються десятками мільярдів доларів. Всесвітня рада з подорожей і туризму більше 30 років проводила дослідження економічного впливу подорожей та туризму в 185 країнах і таких питань, як перенаселеність, оподаткування, формування політики та багато інших, щоб підвищити обізнаність про важливість сектору подорожей та туризму як одного з найбільших у світі економічного сектору. На своєму сайті Всесвітня рада з подорожей і туризму заявляє, що через глобальну пандемію в секторі подорожей і туризму під загрозою скорочення знаходяться до 50 мільйонів робочих місць [1].

Туризм зіткнувся з проблемами, з якими до цього не стикалися так гостро ніколи. Весь туристичний бізнес – від малого до великого – перебував в умовах невизначеності: не було чіткої інструкції до дії в такій ситуації. Довелося оперативно повертати туристів з місць відпочинку, скасовувати тури.

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) прогнозує, що в цьому році число міжнародних туристів скоротиться на 20-30% в порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу [2].

Через пандемію коронавірусу туристична сфера практично зупинилася. Більшість турагентств або пішли на дистанційну роботу, або повністю призупинили свою діяльність.

Прогнозують, що в цьому році виїзний туризм буде більшою мірою переорієнтовано на внутрішній – в структурі попиту будуть переважати курорти України, тому що потреба у відпочинку залишиться в будь-якому випадку. Туристичний бізнес, ймовірно, буде і далі мати справу з викликами повільного відновлення.

У багатьох країнах проводиться політика підтримки туристичних підприємств, робочих місць і доходів шляхом призупинення або субсидування податків, зборів і внесків до системи соціального забезпечення.

У ряді країн підприємствам надаються додаткові стимули для утримання працівників, що обумовлено необхідністю збереження робочих місць. На Ямайці в рамках програми підтримки працівників підприємств і грошових виплат (BEST Cash) малі підприємства в цільових галузях, таких як туризм, двічі на місяць отримують від держави грошові виплати на кожне збережене робоче місце. Додаткова програма передбачає такі ж виплати особам, які втратили роботу [3].

Цікавим є досвід Канади, в цій країні існує програма кредитування бізнесу, що дозволяє Банку розвитку бізнесу Канади та Агентству розвитку експорту Канади

надавати адресну підтримку підприємствам в таких сильно постраждалих секторах, як туризм.

В Тайланді Державний ощадний банк буде спонсорувати пільгові кредити для туроператорів. Уряд також відкрив програми професійної підготовки самозайнятих працівників у сфері туризму.

Туристична галузь не вийде з кризи COVID-19, не зазнавши повторних шоків. Однак вона відома своєю здатністю протистояти економічним спадам і кризам, як це було під час епідемії атипової пневмонії (SARS) в 2003 році і в період глобальної фінансової кризи 2008-2009 рр. Тому галузь може зіграти ключову роль в поживленні світової економіки після завершення кризи.

**Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: <https://wttc.org/>
2. Офіційний сайт Міжнародної організації праці. URL: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/>
3. Гайдук А.Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>

**Лебедєв Д. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Поняття «стратегія» увійшло в теорію стратегічного менеджменту у 50-х роках ХХ ст., коли особливого значення набула проблема швидкої реакції на зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі. Термін «стратегія» має військове походження від грецького *strategia* (стратос – військо, аго – веду). Стратегія означала військове мистецтво, яке базувалось на теоретичних основах планування, підготовки і проведення великих військових операцій із заздалегідь сформульованими стратегічними завданнями [1, с. 4].

Стратегія представляє комплексний всебічний та детальний план, призначений для забезпечення втілення місії організації в життя, а також досягнення її цілей.

Існує декілька базових тезисів, які відносяться до стратегії, які найвище керівництво має зрозуміти і, що більш важливо, прийняти. Перш за все, стратегія формується та розробляється керівництвом, проте реалізація її в життя передбачає участь управлінців всіх рівнів. Стратегічний план має базуватись на великій кількості досліджень та актуальної інформації. Визначеність та індивідуальність, яку стратегічний план надає підприємству, дозволяє залучати лише необхідних працівників, не залучаючи працівників інших типів.