

ношений между сотрудниками и нарушению внутреннего микроклимата организации.

Таким образом, мы видим, что под влиянием фактора COVID-19 и в новых условиях жизни, которые предполагают уменьшение числа туристов, снижение численности работников, а также другие внешние факторы, многие туристические компании в значительной степени теряют свою доходность и конкурентоспособность, из-за чего становятся вынужденно либо временно, либо окончательно прекращать свою деятельность, что также оказывает негативное влияние на развитие сектора туризма в целом.

<http://edoc.bseu.by/>

Д. В. Дирко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — З. М. Горбылева, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА COVID-19 НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Главной особенностью туристической индустрии является то, что она в большей степени основывается на человеческом факторе. Также специфика данной сферы обусловлена уникальностью услуг как особого продукта деятельности организации, а также особенностями их предоставления. В настоящее время в сфере услуг, в частности в области туристической индустрии, происходят стремительные и масштабные изменения, обусловленные складывающейся как в мире в целом, так и в Республике Беларусь, политической, эпидемиологической и экономической обстановкой. Большинство предприятий туристической индустрии переходят на удаленную форму работы, чтобы ограничить взаимодействия между людьми. Но остаются и те, которые вынуждены продолжать свою работу в стандартном режиме.

Учитывая сложившуюся в мире эпидемиологическую ситуацию в целом, а также влияние фактора коронавируса на открытие и закрытие границ стран, что в свою очередь напрямую влияет на туристический сектор, становится очевидным, что потоки туристов значительно и резко сокращаются, и это также приводит к снижению клиентуры у туристических организаций. Но даже в таком случае некоторые организации не могут позволить себе остановить свою деятельность. Некоторые из них останавливают работу на неопределенный срок, некоторые разоряются и закрываются насовсем, а некоторые продолжают свою деятельность в новых условиях. Сложность заключается в том, что ввиду отсутствия клиентуры доходы предприятий снижаются в значительной степени, а сотрудники продолжают работать и должны получать соответствующую оплату труда, следовательно, в такой ситуации расходы предприятий будут значительно превышать доходы.

Второй негативной областью влияния фактора коронавируса является психоэмоциональное состояние сотрудников. Ни для кого не секрет, что многие люди являются довольно эмоциональными и легко внушаемыми, в этом случае воздействие такого фактора, как COVID-19, является дополнительным раздражителем для них и провокатором. В таких условиях сотрудники все сильнее стараются думать о собственной выгоде, ставя свои интересы превыше интересов организации. Многие из них берут отпуска за свой счет, кто-то уходит на больничные листы, другие увольняются вовсе. Такие обстоятельства, с одной стороны, конечно, могут немного сократить расходы организации со стороны оплаты труда работников, но с другой — нарушается внутренняя система самого предприятия, организованность его работы и т.д.

Таким образом, мы видим, что под влиянием фактора COVID-19 и в новых условиях жизни, которые предполагают уменьшение числа туристов, снижение численности работников, а также другие внешние факторы, многие туристические компании в значительной степени теряют свою доходность и конкурентоспособность, из-за чего вынуждены либо временно, либо окончательно прекращать свою деятельность, что также оказывает негативное влияние на развитие сектора туризма в целом. Можно предположить, что по завершении или частичном улучшении ситуации с пандемией сектор туризма может потерять крупную часть своих предприятий, особенно небольших по размеру агентств.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Тураналитик»

Е. С. Дубеник

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П. А. Литвинов

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ КАК ЭФФЕКТИВНОЙ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

На сегодняшний день индустрия туризма является динамично развивающейся отраслью на мировом рынке. Отрасль объединяет предприятия в родственных сферах экономики — отели, рестораны, туристические предприятия, национальные парки и прочие — с различными способами владения и управления. Глобализация индустрии сопровождается развитием современных управленческих форм, одним из таких механизмов эффективной формы развития и стратегического управления предприятием представляется франчайзинг.