

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Гречишкина Е.А., Зубко А.И.

Полесский государственный университет

Развитие сферы туризма и гостеприимства во многих странах мира во временной прогрессии соответственно росту форм, масштабов и качества общественных потребностей, оказывает влияние на рынок труда, расширение предпринимательской активности, а также перераспределение общественных благ, изменение направленности инвестиционных поступлений, стимулирование и появление новых нестандартных технологий, управленческих решений и формирование новых потребностей человека [1, с. 29].

Еще в начале 2020 года казалось бы ничто не предвещало проблем в развитии туризма. Туризм развивался быстрыми темпами: осуществлялось активное бронирование авиа- и автобусных туров, авиа-, железнодорожных и автобусных билетов, турагентства оказывали услуги визовой поддержки. Но уже через два месяца туристические агентства и туроператоры столкнулись с кризисом и колоссальными потерями, вызванными пандемией Covid-19.

Данное исследование призвано показать, как туристические агентства и туроператоры разрешают проблемы и работают с потребителями в этих условиях, а также какие страховые программы и программы лояльности разрабатываются туроператорами, чтобы обеспечить максимальную безопасность туристам во время путешествий в период пандемии.

Туристическая индустрия оказалась в числе главных пострадавших от пандемии коронавируса, а также борьбы с ней. Наиболее уязвимыми во всех странах оказались турагенты – небольшие частные предприятия с минимальным штатом, у которых нет таких серьезных резервов, как у крупных авиакомпаний и туроператоров [2]. Туристические агентства совместно с туроператорами были вынуждены аннулировать все забронированные заявки, т.к. из-за закрытия границ были приостановлены рейсы в страны отдыха; также приостановили свою деятельность визовые центры.

Исходя из практики работы в туристическом агентстве в период пандемии, некоторые туристы решили вернуть свои деньги за туры, многие решили оставить свою оплату тура на депозите туроператора без потери курса, по которому они изначально оплачивали тур, но это было при условии, что состав туристов не меняется. В связи с этим, между туроператорами, туристическими агентствами, туристами заключалось трёхстороннее дополнительное соглашение, где прописывалось, что денежные средства могут быть использованы в период: с момента нормализации обстановки (на основании соответствующих публикаций государственных органов) до 31 декабря 2021 года. Данное трёхстороннее соглашение подразумевает, что сумма аванса может быть использована субкомиссионером (туристическим агентством) и по просьбе клиента, на оплату вновь выбранного туристического продукта комиссионера (туроператора):

- по любому направлению при условии отмены рейса (полётной программы);
- по тому же направлению при условии, что рейс (полётная программа) не отменен.

Из-за пандемии Covid-19 большинство туристических направлений оставались недоступными несколько месяцев, на сегодняшний день выбор стран для путешествий остается очень ограниченным. Работая удаленно, туристические агентства развивались и готовились к следующему сезону. Многие молодые компании выросли за этот период, усовершенствовав свои знания по странам. Следует отметить, что из-за невозможности пересечения границ во время пандемии, основателем туристической компании «Tour Kitchen» были организованы рекламные туры онлайн по следующим странам: Турция, Египет, Тунис, ОАЭ. Во время рекламного тура участникам предоставлялись видеоматериалы территории отелей, давалась общая характеристика отеля, оговаривались основные достоинства и недостатки, которые можно было отметить для себя и для будущей работы.

Когда выездной туризм остановился, стало ясно, что туристическим агентствам и туроператорам нужно срочно искать новые ниши. Часть фирм вслед за туроператорами переориентировалась на внутренний сегмент рынка (начали организовываться экскурсионные туры по Республике Беларусь, оздоровительные туры в санатории), но многие решили, что их потраченное время на изучение туристического продукта время не стоит полученной выгоды. С открытием границ летом 2020 г. конкуренция в сегменте выезда оказалась настолько высока, что агентам пришлось искать выход на новую аудиторию. Например, переключаться на тех, кому нужно, во что бы то ни стало попасть за рубеж – и необязательно с туристическими целями.

В связи с глобальным падением туристического потока и невозможностью решить вопросы со многими забронированными заявками многие туристические компании обанкротились (один из офисов слетать.ру закрылся, ЧТУП «Вилеонс Тур» в городе Пинске прекратила свою деятельность, ООО «Центр туризма «Южный край», туристическое агентство «Нейтири Тревел» и др.).

Перед летним сезоном 2020 г. туризм несколько оживился. Так, было объявлено, что белорусов готовы принимать следующие страны: Турция с 15 июня, ОАЭ с 7 июля, Албания с 1 июля, Хорватия с 1 июня, Черногория с начала июня.

Для обеспечения безопасного отдыха большинство туроператоров совместно со страховыми компаниями начали разрабатывать для туристов страховые программы.

Туроператором ООО «Джойн Ап» совместно с украинской страховой компанией USI были разработаны следующие виды страховок:

- медицинская страховка от Covid-19. Для вылета на отдых в 2021 году принимающие стороны требуют у туристов за 48 часов до вылета сдавать ПЦР-тест. В случае положительного теста, данная страховка покрывает расходы по туру, от стоимости тура возвращается 90% туристам, а 10% по франшизе получает страховая компания USI.

- дополнительные финансовые риски Covid-19. Данная страховка покрывает обсервацию во время отдыха. В случае контакта первого уровня, данная страховка покрывает расходы по самоизоляции (проживание, питание, в случае опоздания на свой рейс покрывает расходы на обратный рейс и трансфер до аэропорта).

Благодаря услуге страхования, туристы получают возможность безо всяких опасений приобретать любой туристический продукт туроператора. Страховая компания USI защищает туристов от всех возможных страховых случаев – отмена рейса, отказ в визе, несчастный случай или другие непредвиденные обстоятельства.

Туроператор ОДО «Интер Сити» разработал программу лояльности Covid Stopover. Данная программа подразумевает возможность для туристов перебронировать запланированный отдых или отменить его без потерь в случае заболевания Covid-19.

Также, туроператорами предоставляются рассрочки для туристов. Например, при бронировании тура от туроператора ООО «Компания Тез тур» вносится предоплата в размере 10%, оставшаяся сумма 90% оплачивается в срок не позднее 14 календарных дней до начала тура. Также туроператором ООО «Компания Тез тур» и другими туроператорами предоставляется бесплатная сдача ПЦР-теста за 48 часов до вылета по предварительной записи.

Таким образом, безопасности оказываемых туристу туристических услуг уделяется особое внимание, т.к. здоровье, гигиена и безопасность стали «новой валютой» для завоевания доверия клиентов в 2021 году. Большинство туристов уже говорят о том, что предпочитают авиалинии, аэропорты и отели с более высокими стандартами безопасности и именно это является основной точкой экономического роста для всех поставщиков услуг, туроператоров и турагенств.

Список использованных источников

1. Гречишкина, Е.А. Управление устойчивым развитием туризма в регионе / Е.А. Гречишкина // Корпоративное управление и инновационное развитие: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета : электронный научный журнал. – 2017. – № 4. – С. 29-39.

2. Статья «Как спасают турагентский бизнес в Европе и США» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profi.travel/articles/45929/details>. Дата доступа: 04.04.2021.