

Ірина РЕЗНИЧЕНКО
ЗВО спеціальності 242 «Туризм та рекреація»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв
Науковий керівник — д-р філос. наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
Галина ГАРБАР

ВПЛИВ СЕЗОННОСТІ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сезонність є однією з характерних особливостей розвитку туристичної галузі та важливим фактором, який впливає на ефективність діяльності туристичних підприємств. Вона проявляється у нерівномірному розподілі туристичних потоків протягом року та у коливаннях попиту на туристичні послуги. Основними причинами сезонності виступають природно-кліматичні умови, тривалість відпусток, шкільні та студентські канікули, державні свята, а також соціально-економічні й культурні чинники, які визначають час подорожей населення. У результаті цього протягом року формуються різні періоди туристичної активності — високий сезон, міжсезоння та низький, або так званий «мертвий» сезон, коли туристична активність суттєво зменшується [1; 2].

Це є характерною особливістю розвитку туризму в багатьох країнах світу. Сезонність туристичних потоків є об'єктивним явищем, притаманним більшості туристичних дестинацій, і значною мірою визначає особливості розвитку туристичної інфраструктури та організації туристичної діяльності.

Найбільш сприятливі періоди для туризму характеризуються максимальною концентрацією туристів, зростанням попиту на туристичні послуги та підвищенням вартості туристичних продуктів. Саме в цей час туристичні підприємства отримують основну частину своїх доходів. У період високого сезону виручка підприємств може значно перевищувати середньорічні показники, що дозволяє покривати витрати та формувати фінансовий резерв. Проте в періоди зниження попиту ситуація суттєво змінюється: обсяги

реалізації туристичних послуг скорочуються, а фінансові надходження зменшуються. Незважаючи на це, підприємства продовжують нести постійні витрати, такі як оренда приміщень, комунальні платежі, заробітна плата працівників, утримання інфраструктури та амортизація обладнання [2]. Таким чином, туристичні підприємства змушені пристосовувати свою діяльність до сезонних коливань попиту, та шукати ефективні способи управління ресурсами.

Завдяки природним змінам створюють значні труднощі для ефективного управління туристичними підприємствами. Нерівномірність туристичних потоків ускладнює планування діяльності, організацію роботи персоналу та використання матеріально-технічної бази. Це призводить до нерівномірного завантаження туристичної інфраструктури, ускладнює фінансове планування діяльності підприємств і знижує ефективність використання ресурсів. У періоди зниження попиту готелі, ресторани, туристичні комплекси та інші об'єкти туристичної інфраструктури часто працюють не на повну потужність або навіть тимчасово припиняють свою діяльність. Крім того, сезонність змушує керівників підприємств скорочувати кількість працівників або переводити їх на тимчасову зайнятість, що може призводити до втрати кваліфікованих кадрів та зниження стабільності роботи підприємства [1].

Особливо виражено сезонність проявляється у регіонах, де туристична діяльність тісно пов'язана з природно-кліматичними умовами. Зокрема, у гірських та рекреаційних регіонах України значна частина туристичних потоків припадає на окремі періоди року. У західних регіонах України інтенсивність туристичних потоків значною мірою залежить від сезону, що безпосередньо впливає на обсяги реалізації туристичних послуг. Дослідження показують, що в таких регіонах туристичний потік може суттєво змінюватися залежно від пори року або кварталу, що зумовлює значні відхилення від середньорічного рівня туристичної активності [3].

Водночас сезонні коливання не лише створюють певні труднощі для туристичних підприємств, а й стимулюють пошук нових підходів до організації

туристичної діяльності. Одним із важливих напрямів подолання негативного впливу сезонності є диверсифікація туристичних послуг, тобто розширення видів туризму та створення нових форм відпочинку, орієнтованих на різні групи споживачів. У сучасних умовах розвитку туристичної галузі важливого значення набуває формування різноманітних туристичних продуктів, здатних забезпечити стабільний попит протягом усього року. Для зменшення впливу сезонних коливань підприємства застосовують різні управлінські та маркетингові заходи, зокрема диференційовану цінову політику, створення нових туристичних продуктів, розвиток подієвого, ділового, екскурсійного та оздоровчого туризму. Важливим напрямом також є організація міжсезонних програм відпочинку, які дозволяють частково вирівняти туристичні потоки протягом року [4].

Одним із ефективних способів зменшення негативного впливу сезонності є використання сучасних маркетингових стратегій та цифрових технологій для просування туристичних послуг. Туристичні підприємства активно застосовують інтернет-ресурси, соціальні мережі та онлайн-платформи для популяризації туристичних продуктів у міжсезонний період. Крім того, результативним підходом є формування спеціальних пакетних пропозицій, акційних програм і тематичних турів, орієнтованих на різні категорії туристів. Наприклад, організація культурних фестивалів, гастрономічних турів, спортивних або оздоровчих програм дозволяє залучати туристів навіть у періоди традиційного зниження попиту.

Отже, сезонність є важливим фактором, що суттєво впливає на діяльність туристичних підприємств та визначає особливості їх економічного функціонування. У сучасних умовах розвитку туристичного ринку проблема сезонності набуває особливої актуальності, оскільки впливає на економічну стабільність туристичних підприємств та ефективність використання туристичних ресурсів. Вона створює певні труднощі, пов'язані з нерівномірністю туристичних потоків, проте водночас стимулює розвиток нових напрямів туризму та вдосконалення управлінських підходів.

Таким чином, ефективне врахування сезонних коливань і впровадження сучасних стратегій управління є важливою умовою стабільного розвитку туристичних підприємств і підвищення їх конкурентоспроможності на туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Аналіз сезонності та мінливості туристичних потоків на прикладі західних регіонів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sezonnosti-ta-minlivosti-turistichnih-potokiv-na-prikladi-zahidnih-regioniv-ukrayini/viewer>

2. Білецька І. М. Сезонність у туризмі та шляхи її зниження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://library.wunu.edu.ua/images/stories/praci_vukladachiv/Івано-Франківський%20філіал/кмм/білецька%20і.м/11сезонність%20у%20туризмі%20та%20шляхи%20зниження.pdf

3. Сезонність у туризмі [Електронний ресурс] // Studfile. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/14031197/page:14/>

4. Ярکا Н. Сезонність у туризмі та її вплив на туристичну діяльність [Електронний ресурс] // Tourlib. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/yarka.htm

Андрій ЄМЕЦЬ

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор
кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Ірина БАНЄВА

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Дослідження питань антикризового управління в індустрії гостинності є ключовим як для розвитку теорії менеджменту, так і для практичного застосування комплексних підходів, спрямованих на підвищення стійкості підприємств в умовах економічної нестабільності. Такий аналіз дозволяє формувати рекомендації щодо ефективної організації діяльності закладів