

УДК 338.486

О. А. Суранова

Меры управления по сглаживанию сезонных колебаний на услуги средств размещения туристов

ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»,
г. Иркутск
e-mail: SuranovaISU@mail.ru

Аннотация. В исследовании систематизированы теоретические аспекты сезонности применительно к средствам размещения. Отмечено, что сезонные колебания невозможно ликвидировать, но их интенсивностью можно управлять. Установлено, что меры управления по сглаживанию сезонности могут быть сгруппированы с учетом двух факторов, в том числе, с учетом субъектов, осуществляющих управленческое воздействие, а также с учетом направленности мер (сглаживание «сезона пика», сглаживание «низкого» и «мертвого» сезона).

Ключевые слова: сезонность, сезонные колебания, средства размещения, меры управления.

Введение

Решение проблемы удлинения туристского сезона и выравнивания сезонных колебаний на услуги средств размещения позволяет обеспечить более полную занятость, способствует повышению уровня использования материальной компоненты средств размещения, обеспечивает рациональное использование природных ресурсов, уменьшает зависимости спроса на услуги средств размещения от сезонных колебаний и, как результат, обеспечивает повышение прибыли современных средств размещения, что определяет актуальность настоящего исследования. Цель исследования заключается в углублении теоретических принципов и разработке практических рекомендаций по управлению спросом на услуги современных средств размещения с учетом фактора сезонности.

Проблемам изучения сезонности спроса посвящены работы российских исследователей: понятие «сезонности в туризме» [4, 25, 1, 35, 31], факторы, оказывающие влияние на сезонность в туризме [15, 34, 3, 26], воздействие сезонности [32, 33, 37, 7, 18], сглаживание сезонности [10, 8, 9, 5, 22, 11, 19, 16, 14, 29, 30, 36, 20].

Материалы и методы

Использованные материалы включают информацию, содержащуюся в исследованиях современных российских ученых, имеющих непосредственное отношение к рассматриваемой проблематике. Методическую основу исследования составляют общенаучные методы: анализ, синтез, сравнение и обобщение.

Результаты и обсуждение

1. Теоретические аспекты сезонности.

Важнейшей особенностью туристского бизнеса является подверженность резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт.

Существующие подходы к трактовкам понятия «сезонность», «сезонность в туризме» представлены в таблице 1.

Таблица 1

Трактовки понятия «сезонность»

Источник	Трактовка понятия
Сезонность	
Балабанов И. Т., Балабанов А. И.	«Устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет»
Фаминский И. П.	«Колебание коммерческой или экономической активности, которое происходит регулярно в результате изменений климата, праздников, а также отпусков»
Николаев С. В.	«Динамичные колебательные процессы, которые определяют периоды роста и спада различного рода экономических явлений и процессов»
Жукова И. В.	«Устойчивая, повторяющаяся во времени периодичность в развитии экономических явлений»
Сезонность в туризме	
Балабанов И. Т., Балабанов А. И.	«Устойчиво (из года в год) повторяющуюся, характерную для данного места цикличность туристской деятельности, связанную с изменением условий рекреации»
Печерица Е. В.	«Временная неустойчивость, которая охарактеризована изменениями числа прибытий с рекреационными целями, расходы туристов и др.»
Антонец В. Г.	«Это свойство туристических потоков концентрироваться в определённых местах на протяжении небольшого периода времени, которое является проявлением рыночного механизма сбалансированности спроса и предложения и повторяется из года в год для конкретной местности»
Шарафанова Е. Е.	«Цикличность туристской деятельности устойчиво (из года в год) повторяющуюся, которая характерна для данного места и связана с изменением условий рекреации»
Цехла С. Ю.	«Сезонность представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами»

Составлено автором на основании [4, 6, 21, 12, 25, 1, 35, 31]

Обобщая вышерассмотренные трактовки понятия «сезонность» и «сезонность в туризме», можно выделить основные характеристики указанного явления:

- 1) привязка к месту – «для данного места» [4], «в определенных местах» [1], «для данного места» [35], «конкретной местности» [1];
- 2) изменения условий рекреации – «связанную с изменением условий рекреации» [4], «связана с изменением условий рекреации» [35];
- 3) устойчивость – «устойчивая закономерность» [4], «устойчиво повторяющаяся» [4], «регулярно» [6], «устойчиво» [12], «устойчиво повторяющуюся» [35];
- 4) цикличность – «проявляется... на протяжении ряда лет» [4], «повторяющуюся ... цикличность» [4], «повторяющаяся во времени периодичность» [12], «повторяется из года в год» [1], «повторяющиеся колебания» [31].

Сезоны туристской активности. Выделяют пять сезонов туристской активности [28] по степени интенсивности осуществления туристских поездок. Так, например, исследователь Семенова Л.В. выделяет особенности функционирования средств размещения на отдельных этапах туристской активности (табл. 2).

Таблица 2

Сезоны интенсивности (сезоны туристской активности)

Наименование сезона	Характеристика [13]	Особенности функционирования средств размещения [28]
«Сезон пик» или «Горячий сезон»	Промежуток наибольшей плотности туристов в курортных местностях, который характеризуется значительным притоком рекреантов. Зачастую этот период совпадает с государственными и религиозными праздничными днями, культурными событиями, каникулами в образовательных учреждениях и т.п.	Из-за притока туристов могут возникнуть проблемы с размещением, когда количество туристов может превысить коечный фонд дестинации
«Высокий сезон»	Время максимальной динамичности на рынке туризма, когда на услуги действуют более высокие цены (в разных точках мира зависит от погодных условий)	Высокая загрузка номерного фонда
«Межсезонье»	Период между высоким и низким сезонами, когда ярко выражен спад или увеличение притока туристов	Переход к «высокому сезону»: подготовка номерного фонда, подготовка персонала, активное продвижение средства размещения. Переход к «низкому сезону»: восстановление номерного фонда, высвобождение временного персонала
«Низкий сезон»	Отличается регрессом спроса на обслуживание в туризме. Характеризуется невысокими тарифами на услуги, но, с другой стороны, именно в данный период имеется возможность бюджетного отдыха.	Низкая загрузка номерного фонда
«Мертвый сезон»	Обычно, он обусловлен негативными климатическими условиями (сезон ливней в тропической зоне, прохладное время года на пляжных курортах и т.д.)	Большая часть номерного фонда остаётся практически невостребованной

Составлено автором на основании [13, 28]

Сезонность оказывает существенное влияние на формирование и функционирование туристских рынков большинства стран как со стороны спроса, так и со стороны предложения. Однако, «различные районы пребывания имеют специфические формы сезонной неравномерности» [17]. Это дает право говорить «о специфике неравномерности спроса в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты. Каждая дестинация может совершенно по-разному заполняться туристами в течение года. В связи с этим спрос на туристские услуги в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты различен» [13].

Сезонность спроса зависит также от вида туризма и территории его освоения (табл. 3).

Таблица 3

Виды туризма относительно сезонности

Подверженность сезонности	Виды туризма
Подверженные сезонным колебаниям	Оздоровительный туризм, пляжный туризм, горнолыжный туризм, охотничий и рыболовный туризм (время отлова, отстрела чётко регулируется правительством)
В меньшей степени подверженные сезонным колебаниям (или неподверженные сезонным колебаниям)	Культурно-познавательный туризм, конгрессный туризм, фототуризм, событийный туризм, социальный туризм (для целевых групп), образовательный туризм (для молодежи), познавательный туризм (для пенсионеров), паломнический туризм, гастрономический туризм

Составлено автором

В этой связи исследователь Отто О.В. отмечает, что «наиболее ярко сезонные процессы проявляются в пляжном и горнолыжном направлениях и менее выражены в деловом и экскурсионно-познавательном туризме» [23].

В отношении средств размещения ученый Артюхова И.В. обращает внимание на то, что «в большей мере сезонные колебания затрагивают курортные гостиницы, несколько в меньшей степени – гостиничные предприятия, «специализирующиеся» на деловом, религиозном, экскурсионно-познавательном туризме» [2].

Сочетание видов туризма, имеющих свой характер сезонности, позволяет территории регулировать туристские процессы, более эффективно работать предприятиям сервиса и полноценно использовать рекреационные возможности региона [10].

Факторы, оказывающие влияние на сезонность в туризме. В таблице 4 представлена характеристика первичных и вторичных факторов, оказывающих влияние на сезонность.

Таблица 4

Факторы, оказывающие влияние на сезонность в туризме

Наименование группы факторов	Характеристика
Первичные факторы	
Природно-климатические факторы	Сочетание уникальных рекреационных ресурсов для развития спортивного, оздоровительного, познавательного и других видов туризма
Вторичные факторы	
Экономические факторы	Структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения
Социальные факторы	Наличие свободного времени (массовые отпуска, школьные и студенческие каникулы)
Демографические факторы	Дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам
Психологические факторы	Традиции, мода, подражание
Материально-технические факторы	Развитие сети размещения, питания, транспорта, культурно-оздоровительного обслуживания
Технологические факторы	Комплексный подход в предоставлении качественных услуг
Политическая обстановка и международное окружение	Санкции, ограничения на передвижение

Составлено автором на основании [15, 34, 3, 26]

Также Отто О.В. отмечает, что «наиболее значительное влияние на сезонность оказывает географический, а именно климатический, фактор. В большинстве случаев именно в летние, наиболее благоприятные для рекреационной деятельности, месяцы наблюдаются пиковый и высокий сезоны» [24].

Воздействие сезонности. Сезонность спроса играет важную роль при реализации услуг средств размещения и имеет как положительные, так и отрицательные последствия (табл. 5).

Таблица 5

Положительное и отрицательное воздействие сезонности

Воздействие	Отрицательное	Положительное
Экономическое	Низкая экономическая эффективность деятельности, в силу получения сезонных доходов Низкая доходность капитальных вложений Слабое управление бюджетом Проблемы с сокращением ежегодных постоянных затрат Сложности с привлечением инвесторов Нехватка мощностей в пик сезона Недостаточное использование объектов в низкий сезон	Возможность выделения средств на ремонтные работы в зданиях
Социально-экономическое	Низкий профессиональный уровень персонала Проблема удержания квалифицированных кадров в отрасли и поддержания уровня их компетентности Увеличение затрат на обучение рабочей силы, набираемой на сезонной основе в связи с необходимостью скорейшего обучения Увеличение оплаты в виду высокого спроса на кадры в высокий сезон Отсутствие карьерных возможностей Отсутствие спроса на работу в межсезонье	Возможность трудоустройства такого социального кластера, как студенты и домохозяйки Частичная занятость как дополнительный доход для местных жителей
Экологическое	Нарушение режима охраны дикой природы Ухудшение экологической ситуации: загрязнение воздуха, проблемы утилизации сточных вод и др. В пик сезона на природные комплексы и инженерную инфраструктуру оказывается чрезмерная антропогенная и техногенная нагрузка, которая негативно сказывается на их состоянии Риск истощения природных ресурсов	–
Социально-культурное	Влияние общественности, которое убеждает принимать участие в конкретных мероприятиях в определенном месте назначения и в определенное время года	Возможность привлечения различных групп гостей в разные сезоны (в том числе по уровню платежеспособности и др.)

Составлено автором на основании [32, 33, 37, 7, 18]

Анализ данных, представленных в таблице 5, позволяет говорить о значительном отрицательном воздействии сезонности на деятельность

современные средства размещения туристов и нуждается в реализации комплекса мер управления по сглаживанию сезонных колебаний.

2. Систематизация мер управления по сглаживанию сезонных колебаний, реализуемых на государственном уровне и на уровне средств размещения и их объединений

Сезонные колебания невозможно ликвидировать, но их интенсивность при этом возможно снизить [17]. Ученый Николаев С.В. отмечает, что «на большей части туристских территорий России невозможно полностью устранить сезонные колебания туристского потока, но возможно их сгладить» [21].

В работе осуществлен обзор основных исследований [10, 8, 9, 5, 22, 11, 19, 16, 14, 29, 30, 36, 20], связанных с изучением мер по сглаживанию сезонных колебаний, представлена их систематизация по ряду основных направлений (рис. 1).



Рис. 1. Основные направления мер управления по сглаживанию сезонности в туризме в целом, и применительно к средствам размещения
Составлено автором на основании [10, 8, 9, 5, 22, 11, 19, 16, 14, 29, 30, 36, 20]

Осуществленный обзор позволил сделать вывод о том, что меры управления по сглаживанию сезонности могут быть сгруппированы с учетом двух факторов (рис. 2):

- 1) с учетом субъектов, осуществляющих управленческое воздействие, в том числе, меры государственного управления и меры управления, реализуемые средствами размещения и их объединениями.
- 2) с учетом направленности мер (сглаживание «сезона пика» и сглаживание «низкого» и «мертвого» сезона).

СГЛАЖИВАНИЕ «СЕЗОНА ПИКА»	
<p>Государство</p> <p>Расширение территорий туристского обслуживания, в том числе за счет субсидирования туристических перевозок в период проведения массовых мероприятий</p> <p>Вовлечение дополнительных средств размещения: в среднесрочном периоде – быстровозводимые средства размещения, в краткосрочном периоде – мобильные средства размещения туристов, туристское жилье</p> <p>Контроль за антропогенной нагрузкой на туристскую территорию</p>	<p>Средства размещения и их объединения</p> <p>Дифференцированное ценообразование (рост цен, обусловленный ростом спроса)</p> <p>Привлечение дополнительного персонала (студенты, домохозяйки)</p> <p>Организация дополнительных мест, без ущерба для комфорта и безопасности туристов</p> <p>Автоматизация процессов обслуживания</p> <p>Аутсорсинг непрофильных функций, с целью сокращения нагрузки на основной персонал</p>
СГЛАЖИВАНИЕ «НИЗКОГО» И «МЕРТВОГО» СЕЗОНА	
<p>Государство</p> <p>Реализация программы «Туристский кэшбэк» (проезд, проживание и др.)</p> <p>Формирование событийного календаря с учетом фактора сезонности</p> <p>Развитие межрегионального сотрудничества (использование историко-культурного и туристско-рекреационного потенциала регионов, в т. ч. зимой, проведение экскурсий и организация отдыха туристских групп, а также создание единой сети туристских маршрутов)</p> <p>Продвижение национального, регионального, локального туристского продукта</p> <p>Стимулирование развития внесезонных видов туризма</p>	<p>Средства размещения и их объединения</p> <p>Дифференцированное ценообразование (снижение цен, предоставление скидок, проведение акций)</p> <p>Предоставление дополнительных услуг</p> <p>Внедрение прогрессивных форм обслуживания туристов</p> <p>Интеграция в туристский продукт, основанный на внесезонных видах туризма</p>

Рис. 2. Меры управления по сглаживанию сезонных колебаний спроса на услуги современных средств размещения туристов
Составлено автором

Реализация указанных мероприятий позволит расширить временные и пространственные возможности современных средств размещения. Необходимо также учитывать временный фактор при планировании работ по продвижению, поскольку их нужно осуществлять до наступления главного сезона. Очевидно, что создать равномерный поток туристов на целый календарный год не представляется возможным из-за подверженности к сезонным колебаниям, однако, существуют способы уменьшить степени неопределенности и риска туристских [27].

Выводы

Колебания спроса являются существенной характеристикой и, одновременно, проблемой для современных средств размещения. Проблемы регулирования сезонности требуют глубокого осмысления в условиях усложнения процессов функционирования региональной экономики в конкурентной среде.

Литература

1. Антонец, В. Г. Управление спросом на туристическом предприятии с учётом фактора сезонности // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: Сборник научных трудов / Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал), ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского». Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2020. С. 10-17.
2. Артюхова И. В., Хуторская В. А. Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе // Инновационная наука. 2016. №4-1 (16). С. 25-27.
3. Бабкин А. В. Эволюция туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 176 с.
5. Богомолова А. Г., Лукьянова Н. А. «Туристический кешбэк» - инновационная государственная программа развития внутреннего туризма и активизации досуга населения // Роль организационно-управленческой деятельности и спортивного администрирования в развитии спорта и физической культуры населения: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 27–28 мая 2021 года. Сибирский государственный университет физической культуры и спорта: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта», 2021. С. 196-199.
6. Внешнеэкономический толковый словарь / Фаминский И.П. [и др.]; под ред. И.П. Фаминского. М.: ИНФРА-М, 2000. 502 с.
7. Волошинова М. В., Ооль А. М. Анализ проблемы сезонных колебаний спроса в туризме и стратегий по решению сезонности // Актуальные проблемы развития сферы услуг : Сборник научных трудов. Под редакцией Ю.В. Долматеня, В.А. Ткачева. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. С. 107-114.
8. Горюшкина Н. Е. Диверсификация как фактор повышения эффективности гостиниц в условиях сезонности // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: сборник научных статей 10-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск,

- 18–19 сентября 2020 года. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. С. 95-98.
9. Грызнова А. Д. Предпосылки использования динамического ценообразования в отелях Южного региона // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе / Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГОАУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского». Симферополь : Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2019. С. 105-109.
 10. Губская К. В., Зырянов А. И. Сезонность туризма в Пермском крае // Географический вестник. 2016. №2 (37). С. 119-127.
 11. Ефремова М. В., Семенова Е. В. Организация событийных мероприятий как средство увеличения доходности загородных средств размещения в регионах // Вестник СамГУПС. 2017. №4 (38). С. 57-61.
 12. Жукова И. В. Влияние фактора сезонности на процесс управления финансами предприятия // Управленческие науки в современной России. 2014. Т. 1. №1. С. 333-335.
 13. Калинина О. А. Влияние фактора сезонности на ассортимент туристского агентства // Вестник РМАТ. 2011. №3 (3). С. 75-81.
 14. Каменева В. В. Перспективы аутсорсинга в гостиничном бизнесе // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. №11-1. С.116-122.
 15. Кондрацкая Т. А. Оценка сезонности в гостиничном бизнесе // Global and Regional Research. 2020. № 4. С. 91-96.
 16. Коновалова Е. Е., Е.В. Лаптева, И.А. Крапивко Экономика впечатлений как инструмент по сглаживанию сезонности в индустрии гостеприимства / Е.Е. Коновалова, // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – №2. – С. 93-102.
 17. Константинова В.А., Мараховская Г.С. Сезонность туристского рынка и методы противостояния ей / В.А. Константинова, Г.С. Мараховская // Современные Научные Исследования и Инновации. – 2019. – №12 (104). – С. 28.
 18. Кузнецов С.Г. Влияние сезонности на туристические дестинации и предприятия сферы туризма / С.Г. Кузнецов // Вестник магистратуры. – 2019. – №4-4 (91). – С. 33-35.
 19. Логвина, Е.В. Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях санкционной политики в Крыму / Е.В. Логвина // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2018. – №2. – С. 108-116.
 20. Михайлова, Н. К. Проблемы управления персоналом гостиницы в условиях сезонного функционирования / Н. К. Михайлова, Д. А. Пономарева // Тенденции развития науки и образования. – 2018. – №34-3. – С. 63-65.
 21. Николаев, С.В. Особенности фактора сезонности на деятельность субъекта индустрии туризма / С.В. Николаев // ТДР. – 2015. – №2. С. 117-121.
 22. Огнева, Н. В. Событийный туризм как метод корректировки сезонных колебаний в индустрии гостеприимства / Н. В. Огнева, А. К. Эмексузян, Л. В. Штомпель // Молодежь - науке-VII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса : Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Сочи, 21–22 апреля 2016 года. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2016. – С. 180-183.
 23. Отто, О. В. Анализ сезонности туристских услуг / О. В. Отто // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2014. – №1. – С. 15-18.

24. Отто, О. В. Роль географического фактора в сезонности туризма / О. В. Отто, А. Г. Редькин // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий : Сборник материалов XVIII Международной научно-практической конференции, посвященной 415-летию города Томска, Томск, 31 октября – 01 2019 года. – Томск: [б.и.], 2019. – С. 182-184.
25. Печерица, Е. В. Понятие сезонности в туристической индустрии / Е. В. Печерица // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства : сборник трудов, Санкт-Петербург, 27 апреля 2016 года / Под редакцией О. Н. Кострюковой, О. А. Никитиной, Е. В. Печерица. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. – С. 164-167.
26. Поляков, В. В. Проблема сезонности спроса на рынке гостиничных услуг города Иркутска и роль маркетинга / В. В. Поляков, Р. Ю. Дец // Global and Regional Research. – 2019. – Т. 1. – №2. – С. 61-67.
27. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия, Инфра-М, 2016. – 536 с.
28. Семенова Л. В., Новгородова Т. А. Влияние сезонности на развитие гостиничного бизнеса / Л.В. Семенова, Т.А. Новгородова // Туризм и трансграничное сотрудничество: гастрономический туризм и его роль в диверсификации экономической деятельности региона. – 2017. – С. 56-60.
29. Федоренко, А. В. Стратегия формирования системы управления человеческим потенциалом в индустрии гостеприимства с использованием механизма аутсорсинга и аутстаффинга: автореф... дис. кан. экон. наук. – 08.00.05 / Федоренко Анастасия Владиславовна. Санкт-Петербург, 2014. 16 с.
30. Федоренко, А.В. Актуальные вопросы управления персоналом в гостиничном бизнесе / А.В. Федоренко, Е.П. Шевченко // Известия СПбГЭУ. – 2014. – №1 (85). – С. 150-153.
31. Цехла С.Ю. Признаки сезонности в туризме / С.Ю. Цехла, А.С. Окуловский // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы десятой научно-практической конференции студентов, аспирантов и докторантов. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. - С. 122-128.
32. Чабанюк О.В. Ранжирование факторов сезонности, влияющих на туристское предложение / О.В. Чабанюк // Вестник РМАТ. – 2016. – №1. – С. 25-32.
33. Чеберко, Е.Ф. Развитие сферы туризма как фактор регулирования рынка труда региона / Е.Ф. Чеберко, А.М. Малинин, Д.А. Андреева // Управленческое консультирование. – 2017. – №10 (106). – С. 79-88.
34. Чистякова, О.В. Инновационные направления развития предпринимательства в сфере туризма в Прибайкалье / О.В. Чистякова // Baikal Research Journal. – 2020. – Т. 11. – №4.
35. Шарафанова, Е.Е. Стратегическое планирование развития туристских организаций и гостиничных комплексов: монография / Е.Е. Шарафанова; научный редактор И.Н. Гаврильчак; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – СПб., 2015. – 180 с.
36. Шостак, М.А. Исследование факторов влияния на особенности управления персоналом гостиничных предприятий: концептуальные аспекты / М.А. Шостак, М.А. Яковлева // Экономика. Информатика. – 2021. – Т.53.– №2. – С. 287-298.
37. Якунин, П.Н. Климатические условия как компонент оценки туристско-рекреационного потенциала регионов / П.Н. Якунин // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2014. – №1. – С. 63-74.

O. A. Suranova

Management measures to smooth out seasonal fluctuations in the services of tourist accommodation facilities

Baikal State University, Irkutsk
e-mail: SuranovaISU@mail.ru

Abstract. *The study systematizes the theoretical aspects of seasonality in relation to accommodation facilities. It is noted that seasonal fluctuations cannot be eliminated, but their intensity can be controlled. It is established that management measures to smooth seasonality can be grouped taking into account two factors, including, taking into account the subjects exercising managerial influence, as well as taking into account the direction of measures (smoothing the «peak season» and smoothing the «low» and «dead» season).*

Keywords: *seasonality, seasonal fluctuations, accommodation facilities, management measures.*

References

1. Antonets V. G. Demand management at a tourist enterprise taking into account the seasonality factor // Problems and prospects of tourism development in the Russian Federation : A collection of scientific papers / Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch), Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. – Simferopol : V.I. Vernadsky Crimean Federal University, 2020. (in Russian)
2. Artyukhova I.V. Management of seasonal factors in the hotel business // Innovative science. 2016. №4-1 (16). (in Russian)
3. Babkin A.V. Evolution of tourism. [electronic resource]. Access mode: http://tourlib.net/books_tourism. (in Russian)
4. Balabanov I. T., Balabanov A. I. Tourism economics: Studies. manual. M.: Finance and Statistics, 1999. (in Russian)
5. Bogomolova A. G. «Tourist cashback» - an innovative state program for the development of domestic tourism and the activation of leisure of the population / A. G. Bogomolova, N. A. Lukyanova // The role of organizational and managerial activities and sports administration in the development of sports and physical culture of the population : Materials of the I All-Russian Scientific and Practical Conference, Omsk, May 27-28 2021. – Siberian State University of Physical Culture and Sports: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Siberian State University of Physical Culture and Sports», 2021. (in Russian)
6. Foreign economic Explanatory Dictionary / Faminsky I.P. [et al.]; edited by I.P. Faminsky. M.: INFRA-M, 2000. (in Russian)
7. Voloshinova M. V. Analysis of the problem of seasonal fluctuations in demand in tourism and strategies for solving seasonality // Actual problems of the development of the service sector: A collection of scientific papers. Edited by Yu.V. Dolmaten, V.A. Tkachev. Saint Petersburg : Saint Petersburg State University of Economics, 2019. (in Russian)
8. Goryushkina N. E. Diversification as a factor of increasing the efficiency of hotels in seasonality // Trends in the development of modern society: Managerial, legal, economic and social aspects : collection of scientific articles of the 10th All-Russian Scientific and Practical Conference, Kursk, September 18-19, 2020. – Kursk: Southwestern State University, 2020. (in Russian)

9. Gryznova A.D. Prerequisites for the use of dynamic pricing in hotels in the Southern region // Problems and prospects of tourism development in the Southern Federal District / Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch) of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. – Simferopol : V.I. Vernadsky Crimean Federal University, 2019. (in Russian)
10. Gubskaya K.V. Seasonality of tourism in Perm Krai // Geographical Bulletin. 2016. №2 (37). (in Russian)
11. Efremova M. V. Organization of event events as a means of increasing the profitability of suburban accommodation facilities in the regions // Bulletin of SamGUPS. 2017. №4 (38). (in Russian)
12. Zhukova I. V. The influence of the seasonality factor on the process of financial management of an enterprise // Managerial sciences in modern Russia. 2014. №1. (in Russian)
13. Kalinina O.A. The influence of the seasonality factor on the assortment of a travel agency // Bulletin of the RMAT. 2011. №3 (3). (in Russian)
14. Kameneva V.V. Prospects of outsourcing in the hotel business // Current issues of economic sciences. 2010. №11-1. (in Russian)
15. Kondratskaya T.A. Assessment of seasonality in the hotel business // Global and Regional Research. 2020. №4. (in Russian)
16. Konovalova E.E. The Economy of impressions as a tool for smoothing seasonality in the hospitality industry // Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service. 2019. №2. (in Russian)
17. Konstantinova V.A., Marakhovskaya G.S. Seasonality of the tourist market and methods of countering it // Modern Scientific Research and Innovation. 2019. №12 (104). (in Russian)
18. Kuznetsov S.G. The influence of seasonality on tourist destinations and tourism enterprises // Bulletin of Magistracy. 2019. №4-4 (91). (in Russian)
19. Logvina E.V. Problems of seasonality in tourism and ways to overcome them in the conditions of sanctions policy in Crimea // Geopolitics and ecogeodynamics of regions. 2018. №2. (in Russian)
20. Mikhailova N. K. Problems of hotel personnel management in conditions of seasonal functioning // Trends in the development of science and education. 2018. №34-3. (in Russian)
21. Nikolaev S.V. Features of the seasonality factor on the activity of the subject of the tourism industry // TDR. 2015. №2. (in Russian)
22. Ogneva N. V. Event tourism as a method of adjusting seasonal fluctuations in the hospitality industry // Molodezh - nauke-VII. Actual problems of tourism, sports and business : Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference of Students, postgraduates and Young Scientists, Sochi, April 21-22, 2016. – Sochi: Sochi State University, 2016. (in Russian)
23. Otto O. V. Analysis of seasonality of tourist services // Science and tourism: strategies of interaction. 2014. №1. (in Russian)
24. Otto O. V. The role of the geographical factor in the seasonality of tourism // Opportunities for the development of local lore and tourism in the Siberian region and adjacent territories : A collection of materials of the XVIII International Scientific and Practical Conference dedicated to the 415th anniversary of the city of Tomsk, Tomsk, October 31 – 01, 2019. – Tomsk: [B.I.], 2019. (in Russian)
25. Pecheritsa E. V. The concept of seasonality in the tourism industry // Actual problems of the development of the hospitality industry : proceedings, St. Petersburg, April 27, 2016

-
- / Edited by O. N. Kostryukova, O. A. Nikitina, E. V. Pecheritsa. – St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics, 2016. (in Russian)
26. Polyakov V. V. The problem of seasonality of demand in the Irkutsk hotel services market and the role of marketing // Global and Regional Research. 2019. №2. (in Russian)
 27. Savitskaya G.V. Analysis of the economic activity of the enterprise, Infra-M, 2016. (in Russian)
 28. Semenova L. V., Novgorodova T. A. The influence of seasonality on the development of the hotel business // Tourism and cross-border cooperation: gastronomic tourism and its role in the diversification of economic activity in the region. 2017. (in Russian)
 29. Fedorenko A.V. Strategy for the formation of a human potential management system in the hospitality industry using the outsourcing and outstaffing mechanism: abstract of the dissertation of the Candidate of Economic Sciences. 08.00.05 / Fedorenko Anastasia Vladislavovna. St. Petersburg, 2014. (in Russian)
 30. Fedorenko A.V. Actual issues of personnel management in the hotel business // Izvestiya SPbGEU. 2014. №1 (85). (in Russian)
 31. Tsekhla S.Yu. Signs of seasonality in tourism // Business management: materials of the tenth scientific and practical conference of students, postgraduates and doctoral students. – Simferopol: DIAIPI, 2012. (in Russian)
 32. Chabanyuk O.V. Ranking of seasonality factors affecting the tourist offer // Vestnik RMAT. 2016. №1. (in Russian)
 33. Cheberko E.F. Development of the tourism sector as a factor in regulating the labor market of the region // Managerial consulting. 2017. №10 (106). (in Russian)
 34. Chistyakova O.V. Innovative directions of entrepreneurship development in the field of tourism in the Baikal region // Baikal Research Journal. 2020. №4. (in Russian)
 35. Sharafanova E.E. Strategic planning of the development of tourist organizations and hotel complexes: monograph / E.E. Sharafanova; scientific editor I.N. Gavrilchak; St. Petersburg State University of Service and Economics. St. Petersburg, 2015. (in Russian)
 36. Shostak M.A. Investigation of factors of influence on the peculiarities of personnel management of hotel enterprises: conceptual aspects // Economy. Computer science. 2021. №2. (in Russian)
 37. Yakunin P.N. Climatic conditions as a component of assessing the tourist and recreational potential of regions // Bulletin of the Pushkin State University. 2014. №1. (in Russian)

Поступила в редакцию 20.12.2022 г.