

## **ФАКТОР СЕЗОННОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

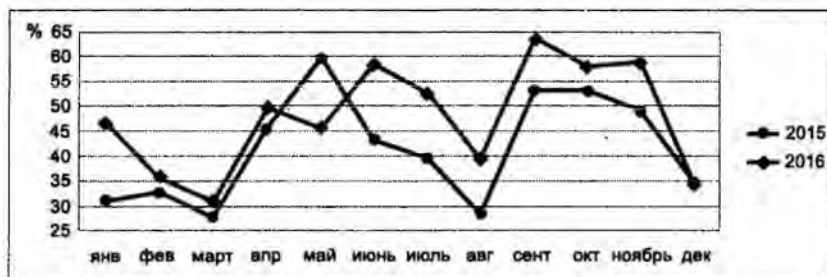
В настоящее время индустрия гостеприимства представляет собой динамично развивающуюся отрасль экономики. На ее развитие оказывает влияние множество внешних и внутренних факторов, особое место среди которых занимает сезонность. Как правило, она отрицательно влияет на результаты работы предприятий, поскольку приводит к неравномерному использованию рабочей силы, производственных мощностей, материальных ресурсов, простоям транспортных средств [1].

Сезонность в индустрии гостеприимства определяется целым рядом факторов, которые условно можно подразделить на первичные (природно-климатические) и вторичные (экономические, демографические, социальные, психологические, материально-технические) [2]. Кроме того, сезонность зависит от типа средства размещения и его целевой аудитории. Также выделяют тип «несезонного» туриста (путешествующие с деловыми или экскурсионно-познавательными целями), на которого и рекомендуют ориентироваться. Однако сезонность — это явление, которое в той или иной степени сопутствует деятельности практически всех предприятий гостиничной индустрии. Цикл сезонности составляет один год, и все статистические расчеты ведутся, как правило, для этого промежутка. Однако значительные колебания спроса могут отмечаться как в течение одной недели, так и одного дня.

Рассмотрим проявление сезонности в бизнес-отелях на примере гостиницы «Ренессанс Минск Отель». На графике представлены средние значения загрузки гостиницы по месяцам за 2015 и 2016 гг. Можно выделить четыре основных сезона: пик — сентябрь; высокий — апрель—июнь, октябрь—ноябрь; низкий — январь, июль—август; мертвый — декабрь, февраль—март. Основным фактором является то, что целевой аудиторией гостиницы «Ренессанс Минск Отель» являются представители делового туризма. Пик и высокий сезон совпадают с максимальной концентрацией деловых мероприятий.

Таким образом, построение сезонной волны позволило сделать первый шаг для эффективного управления фактором сезонности. Данный метод используется для планирования деятельности, выбора лучшего времени для проведения мероприятий по продвижению гостиничных услуг и т.д. Рекомендуются следующие меры по сглаживанию сезонных колебаний спроса на услуги гостиниц: сезонная дифференциация цен; выход на новые рыночные ниши; предоставление нескольких видов услуг, спрос на которые колеблется в разные периоды; построение рекламной кампании с учетом сезонности; активное использование средств массовой информации для формирования спроса на услуги [3].

Но следует помнить, что влияние сезонности можно только смягчить, но не ликвидировать.



Средняя загрузка гостиницы «Ренессанс Минск Отель» в 2015 и 2016 гг.

### Литература

1. Сизова, Т. М. Статистика : учеб. пособие / Т. М. Сизова. — СПб. : СПб ГУИТМО, 2005. — 80 с.
2. Балабанов, И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
3. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович [и др.] / под общ. ред. Н. И. Кабушкина [и др.]. — Минск : Новое знание, 2003. — 632 с.

*А.С. Лисова*  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель П.А. Литвинов*

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АГРОТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА С ДРУГИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Агротуризм представляет собой одну из приоритетных сфер развития малого предпринимательства в Республике Беларусь, так как способствует решению экономических проблем сельской местности и выступает в качестве социального амортизатора при реконструкции аграрного сектора экономики, позволяющего перевести избыток трудовых ресурсов в альтернативный сектор производства услуг и создать новые рабочие места в сельской местности.

В настоящий момент в Беларуси существуют наиболее благоприятные среди всех стран СНГ условия для занятия агротуризмом, что способствует его интенсивному развитию — в 2016 г. в стране зарегистрировано 2263 усадьбы. Сегодня остро стоит вопрос улучшения качества предоставляемых сельским туризмом услуг, расширения их спектра, что возможно реализовать лишь через взаимодействие заинтересованных организаций и инновационный подход.