

підвищуючи рівень екологічної освіти серед широких верств населення.

ПРОБЛЕМА СЕЗОННОСТІ В ТУРИСТСЬКІЙ ГАЛУЗІ

Плаксі́й Д.В.

Науковий керівник –Абрамов В.В., доцент

У сучасних умовах особливу важливість має ідентифікація проблем, що гальмують функціонування туризму в світі.

Для раціональної цілорічної роботи туристських фірм необхідно дослідити явище сезонності як специфічну проблему, що чинить дію на туристську галузь.

Поняття сезонності характеризується різкою концентрацією туристських потоків у певних місцях протягом конкретного періоду часу.

На сезонність у міжнародному туризмі впливають фактори кліматичного, соціального і психологічного характеру.

Кліматичні чинники, перш за все, викликані тим, що в більшості районів земної кулі погодні умови, сприятливі для відпочинку та туризму, є неоднаковими за місяцями, тому люди прагнуть отримати відпустки в найбільш комфортну по погоді пору року. Незважаючи на те, що в південній півкулі пори року протилежні тим, що в північній півкулі, фактор сезонності в міжнародному туризмі практично не втрачає своєї актуальності.

Важливе значення відіграють соціальні і економічні чинники. Зокрема різні фірми, установи, організації і промислові підприємства протягом тривалого часу виробили певний режим роботи, який передбачає відхід у відпустку більшості робітників і службовців у літній період. Також спонукаючим мотивом для туристів можуть слугувати канікули в навчальних закладах їх чад. До психологічних моментів слід віднести й всілякі традиції народів, які проявляються в конкретний період часу і стають атракцією для мандрівників.

Сезонність породжує серйозні проблеми в обслуговуванні туристів. У «гарячий сезон» можуть виникнути труднощі з транспортом, розміщенням, організацією харчування, екскурсій для численних туристів. До негативних наслідків сезонності можна віднести і той факт, що протягом більшої частини року основна маса місць в готелях практично залишається незатребуваною.

«Сезоном» для того чи іншого туристського району прийнято вважати період року, коли щомісячна кількість прибуваючих туристів перевищує їх середньомісячне число за рік. У випадку існування двох

сезонів (найчастіше літнього та зимового) між ними проходять «міжсезонні періоди». Для часу найбільш високого в році заїзду користуються терміном «гарячий сезон» (червоний, високий); період майже повної відсутності туристів прийнято називати «мертвим сезоном» (синім, низьким) - саме він є основним негативним аспектом у економічній діяльності туристської DESTИНАЦІЇ.

У процесі розгляду даної проблеми був створений графік сезонності в туристській галузі по місяцях за такими видами туризму, як екскурсійний, пляжний, гірськолижний туризм і шоп-тури, в якому був розглянутий наступний перелік держав: Австрія, Болгарія, Греція, Іспанія, Італія, Франція, Хорватія, Чехія, Єгипет, Туніс, Туреччина, ОАЕ, Китай, Таїланд, Мальта, Кіпр, Канари, Домініканська Республіка, Мальдіви.

У ході роботи було встановлено наявність країн, в яких сезон пляжного туризму триває цілий рік. Це такі країни, як Єгипет, Канари, Домініканська Республіка і Мальдіви. У той же самий час в Китаї і Чехії цілий рік триває екскурсійний туризм. Сезон екскурсійного туризму домінує в Австрії, Греції, Італії, Франції. Пляжно-купальний сезон спостерігається як панівний в Іспанії, на Кіпрі і Мальті. У країнах на кшталт Болгарії, Хорватії, Тунісу, Таїланду явище мертвих сезонів істотно відбивається на пляжному туризмі. Яскрава комбінація пляжного сезону й сезону шоп-турів в Туреччині і ОАЕ дозволяє цим країнам тримати високу планку в рейтингу за кількістю туристських прибуттів у світі.

Для того, щоб згладити сезонні коливання в найбільш слабкі місяці рекомендується застосовувати методи стимулювання збуту: поширення рекламних буклетів; надання знижок і бонусів; попереднє укладання контрактів з туристськими компаніями на більш вигідних умовах; зменшення цін в місяці зі знизженим попитом; продаж послуг в кредит. Інший напрямок подолання сезонності - це розробка і просування нових видів турпродукту, не схильних до сезонних коливань таких, як діловий, гастрономічний, подієвий туризм. Більш широке поширення цих видів туризму по всьому світу може остаточно вирішити проблему сезонності, зробивши їх популярними серед населення різних країн.