

## ДОСЛІДЖЕННЯ СЕЗОННОСТІ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Носач А.Г., гр. МЕ-49

Науковий керівник – асист. Гринько П.Л.

Харківський державний університет харчовання та торгівлі

Одним із найважливіших напрямів розвитку суспільства є туристичний бізнес. Туризм є високорентабельною галуззю економіки, стимулює розвиток інфраструктури країни, сфери послуг і зовнішньоекономічної діяльності, дає можливість залучати іноземну валюту за рахунок ефективного використання природного, історико-культурного потенціалу, розвитку іноземного туризму. Крім того, туристична індустрія у світогосподарській системі займає провідну позицію. Як відомо, на розвиток туристичної галузі впливає такий фактор як сезонність.

Були розраховані сезонні коливання попиту туристичного підприємства «Сьоме небо» (м. Харків) в м. Анталія на основі коефіцієнтів сезонності. Розрахунок був проведений з метою виявлення сезонних коливань і наступної розробки заходів щодо їхнього зниження в м. Анталія. Коефіцієнти сезонності були розраховані двома методами: простим середнім і аналітичним вимірювання, щоб максимально уникнути погрішностей. Коефіцієнти сезонності на графіку сезонної хвилі показали, що найменше відхилення від середнього рівня обсягу реалізованих послуг приходиться на лютий (29,2%), а найбільше (231,69) – на пік туристичного сезону, який для підприємства настає в серпні.

Коефіцієнт сезонності розраховується як процентне співвідношення середньомісячних рівнів за ряд років до середньомісячного обсягу реалізованих послуг за весь розрахунковий період за формулою:

$$K_c = U_1/U \times 100$$

де  $K_c$  – коефіцієнт сезонності, %

$U_1$  – середній рівень обсягу реалізованих послуг окремого місяця;

$U$  – середньомісячний обсяг реалізованих послуг за період

Після розрахунків можна визначити ряд закономірностей продажів і виявити недоліки в комплексній політиці підприємства:

-найбільший середній рівень продажів припадає на липень - вересень поза залежністю від загальнорічного обсягу продажів, що свідчить про інтенсифікацію зусиль підприємства по продажах,

-найменш удалим місяцем є лютий, середній рівень продажів складає 2,53% від загальнорічного рівня. Це говорить про те, що асортимент турів підприємства не збалансований сезонно.

Таким чином, визначення сезонної хвилі сприяє формуванню ефективної системи управління туристичним підприємством.