

1. У. Джек Дункан. Основопологающие идеи в менеджменте. – Москва, Издательство «Дело», 1996. – 321 с.
2. Кларин М. В. Корпоративный тренинг - инструмент развития менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – №3. – С. 21 – 27.
3. Маслов. В. И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. – Москва, Финпресс, 2004. – 210 с.
4. Стёганцев А. В. Стратегическое управление персоналом в области продаж // Финансовый бизнес. - 2007. - № 6. - [Электронный ресурс] - http://www.stiogantsev.ru/st/v-r_prodav_bud.
5. www.hr-portal.ru/article/model-kompetentsii.
ru.wikipedia.org/wiki.

УКД – 338.48

Хлиманкова М.А.

СЕЗОННЫЕ КОЛЕБАНИЯ В ТУРИЗМЕ

Данная статья посвящена сезонным колебаниям в мировом туризме. Данная тема актуальна в настоящее время, т.к. с развитием массового туризма все сильнее проявляются тенденции неравномерного развития данной отрасли, четко проявляются циклично-волновые процессы в туризме. Одним из проявлений таких процессов является такое социальное явление как сезонные колебания. В данной статье дается обзор основных теоретических понятий: дается определение сезонных колебаний, выделяются факторы, определяющие данного рода колебания, дается обзор классификаций территории в зависимости от сезонных колебаний, и кроме того, выделяются их последствия.

This article is devoted to seasonal fluctuations in world tourism. This topic is relevant at the present time, because with the development of mass tourism is increasingly manifest tendency of the uneven development of the industry, clearly manifest a cyclical wave processes in tourism. One manifestation of such processes is a social phenomenon as seasonal variations. This article reviews the basic theoretical concepts: a definition of seasonal variations, the factors which determine this kind of vibration, provides an overview of the classifications territory depending on seasonal fluctuations and, moreover, highlighted the consequences.

В настоящее время туризм является динамично развивающейся отраслью. Как любая другая отрасль экономики туризм имеет свои особенные черты развития. Сезонные колебания оказывают большое влияние на формирование туристского спроса и предложения, определяют функционирования всего туристского комплекса и отдельных его частей.

Выбор тематики данной статьи связан, прежде всего, тем, что сезонные изменения являются одним из ключевых факторов, определяющих деятельность туристского межотраслевого комплекса. Эти колебания влияют непосредственно на интенсивность использования инфраструктуры, занятость населения и поступления от туризма в экономику. Однако эти показатели изменяются в зависимости от региона исследования.

Для раскрытия темы данной статьи сначала необходимо определить понятийный аппарат. Зачастую понятие сезонные колебания заменяют понятием сезонность. Однако, четкого определения слова «сезонность» в литературе нет. Его этимология идет от французского слова “saison” (идеальный или любимый период для ведения дел). Французское слово “saison” происходит от латинского “satio”, которое обозначало «время сева» [3, с.82-87]. Таким образом, существительное «сезонность» происходит от прилагательного «сезонный» (такой, деятельность которого связана с определенным сезоном). Следовательно, «сезонность» - циклически повторяющиеся изменения в течение определенного промежутка времени.

Британский ученый Р.В. Батлер и его последователи определяют сезонность как временную неустойчивость в туризме, которая характеризуется изменением таких показателей как число посетителей/туристов, расходы туристов, интенсивность движения на дорогах или использования других средств передвижения, занятость населения [2, с.1-74]. В общих словах, сезонность – глобальное явление туризма, вызванное временным перемещением людей, в результате изменения туристского спроса и предложения. Таким образом, сезонность является многогранным понятием, которое включает не только изменение числа туристов, посетивших определенное место, но и также влияет на маркетинговую политику, рынок труда, финансовые потоки, организацию деятельности и т.д.

Сезонные колебания в туризме определяются целым рядом факторов, которые можно объединить в две большие группы: природные и институциональные [2, с.5-22]. К природным факторам относятся природно-климатические и географические условия (климат, количество осадков, изменение температуры, времена года, продолжительность светового дня и т.д.). Ко второй группе относятся экономические и социальные факторы. Кроме того, отдельно выделяют психологические факторы (например, мода на некоторые виды деятельности в определенный период года), традиции и привычки.

Сезонность — явление сложное и по своим последствиям противоречивое. По степени интенсивности туристских поездок различают четыре сезона туристской деятельности:

- пиковый сезон — период, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности людей, характеризующийся максимальной плотностью туристов и наиболее комфортными условиями для отдыха;
- высокий сезон — период наибольшей деловой активности на туристском рынке, время действия наиболее высоких тарифов на туристский продукт и услуги;
- низкий сезон — период снижения деловой активности на туристском рынке, для которого характерны низкие цены на туристский продукт и услуги;

- «мертвый» сезон — максимально неблагоприятный период для организации туристской деятельности.

Ученые предлагают несколько классификаций территорий, различающихся по моделям сезонности.

В зависимости от комбинации различных сезонов Р.В. Батлер различает три типа территорий с разными моделями сезонности: «двухсезонные», «односезонные», «бессезонные» [2, с.7-32]. К первой группе относятся регионы, для которых характерно в течение года наличие пикового (высокого) сезона и наблюдается значительное увеличение туристской активности в другое время года, отличное от высокого сезона. К таким регионам можно отнести территории, где основной поток туристов приходится на летние месяцы, и наблюдается значительный всплеск в зимний период. Примером может служить Австрия. Ко второму типу относятся регионы, которые на протяжении года имеют лишь один пиковый (высокий) сезон. Примером такого типа сезонных колебаний служит Греция, которую наибольшее число туристов посещает в летние месяцы. К третьему типу относятся страны и регионы, которые на протяжении года имеют незначительные колебания туристской активности. Туристская активность практически одинакова на протяжении всего года. К таким регионам можно отнести Сингапур, Гонконг, а также регионы, которые специализируются на городском туризме.

Александрова А.Ю. предлагает следующую классификацию. Выделяют два основных типа стран с различными сезонными волнами. К первой относятся страны северного полушария с умеренным климатом, для которых характерно наличие пикового сезона летом (июль-август) и всплеска туристской активности с января по март. Оставшееся время года наблюдается спад туристской активности, а «мертвый» сезон приходится на октябрь-декабрь. Ко второй группе принадлежат страны северного и южного полушарий с экваториальным, субэкваториальным, тропическим и субтропическим климатом. В этих странах пик туристской активности приходится на зимние месяцы (декабрь-февраль), всплеск наблюдается летом (июль-август), а мертвый сезон характерен для весенних и осенних месяцев (май – июнь, сентябрь) [1, с.91-96].

Как уже было сказано ранее, сезонность является важным фактором развития туризма на определенной территории. Тем не менее, сезонность имеет как положительное, так и отрицательное влияние.

Все отрицательные последствия можно разделить на три группы: рынок труда, «инвестиционный климат» и материально-техническая база, окружающая среда.

Сезонные колебания в туризме негативно влияют на рынок труда. При сильных изменениях туристской активности, основное число работников требуются не круглый год. Для поддержания рентабельности большинство туристских фирм предпочитают нанимать работников лишь во время высоких сезонов. Тем не менее, люди, работающие в туризме и не только, хотят иметь стабильную работу в течение всего года, поэтому

наличие только сезонных работ способствует оттоку работников из туристских регионов при отсутствии других видов деятельности в смежных областях.

Во время сезонных спадов материально техническая база используется не на полную мощность. Так, например, во время низкого сезона, загрузка отелей в Испании достигает лишь 40%. Некоторые объекты туристской инфраструктуры во время низкого или «мертвого» сезона совсем не используются, что увеличивает издержки на их содержание. Кроме того туристский сектор, это довольно рискованная область для инвестиций. Так как сезонные колебания в туристской отрасли достаточно велики это ведет к увеличению инвестиционных рисков, что в свою очередь приводит к ухудшению «инвестиционного климата» в туризме. Поэтому разработка мер по сглаживанию сезонных колебаний, способствует привлечению дополнительных инвестиций в отрасль.

К третьей группе влияния относится окружающая среда. Во время высокого или пикового сезона происходит увеличение числа проживающих на определенной территории в несколько раз. Это ведет к чрезмерному использованию ресурсов и оказывает негативное влияние на состояние окружающей среды. Наблюдается увеличение выбросов в атмосферу, загрязнение воды, воздуха, почвы, увеличение шумового излучения, кроме того возрастает уровень преступности и число несчастных случаев.

По мнению некоторых ученых сезонные колебания имеют и позитивный эффект. Во время низкого сезона происходит социологическое и экологическое восстановление. При уменьшении числа туристов (проживающих на определенной территории) происходит восстановление природной среды. Иногда небольшого перерыва достаточно для самовосстановления природных систем, иногда требуется вмешательство человека.

Социологическое восстановление заключается в том, что местное население во время низкого сезона возвращается к обычному ритму жизни и имеет возможность подготовиться к следующему высокому сезону. Происходит восстановление эмоционального и физического состояния людей [3, с.87-96]. Кроме того, некоторым туристам это дает возможность насладиться уникальностью данной территории в одиночестве, без скопления большого числа отдыхающих.

Таким образом, сезонные колебания (сезонность) имеют как положительный, так и отрицательный эффект и не всегда низкий сезон только негативно сказывается на развитии туризма на определенной территории.

Таким образом, сезонные колебания (сезонность) имеют как положительный, так и отрицательный эффект и не всегда низкий сезон только негативно сказывается на развитии туризма на определенной территории.

Тем не менее, негативные последствия от посещения туристами определенной территории значительно велики. Для поддержания баланса природной среды и сохранения природных ресурсов для будущих поколений, необходимо контролировать число прибывающих туристов. Одной из таких мер может служить попытка сглаживания сезонных колебаний, или переориентация части отдыхающих на другой сезон. Продление высокого сезона во времени может способствовать уменьшению пикового сезона, когда нагрузка на природные ресурсы максимальная, и равномерному распределению числа туристов во времени. В сочетании с умелой организацией природоохранных мер, это может способствовать уменьшению негативного влияния.

Таким образом, сезонные колебания – это сложное многогранное и, кроме того, социальное понятие. Несмотря на то, что такого рода колебания зависят от природных явлений и смены сезонов года, эти явления очень сильно привязаны к человеческой деятельности. Сезонные колебания в туризме это сложное понятие, которое требует тщательного изучения. Полная проработка данной проблематики поможет в дальнейшем определить и выбрать наиболее оптимальные меры по сглаживанию сезонных колебаний, которые будут благоприятно влиять, как и на туристскую отрасль, так и на окружающую среду.

1. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М.: ПРЕСС-Соло, 2002, стр. 91-96.
2. Baum T., Lundtorp S. Seasonality in Tourism. Oxford.: Elsevier Science Ltd, 2001, 194 p.
3. Jin Young Chung. Seasonality in tourism: a review.// E-Review of tourism research. 2009 Vol. 7, № 5, P. 82-96.
4. Time Shift, Leisure and Tourism, Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH et Co., 2006, 277 p.
5. World Tourism Organization [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unwto.org/index.php> (дата обращения: 23.10.2010)

УДК 911.3:796.5 (477)

Пацюк В.С.

СОЦІОГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ МЕШКАНЦІВ КРИВОРІЖЖЯ ДО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Проаналізовано ставлення населення Криворіжжя до розвитку індустріального туризму. Виявлено категорії мешканців, які найбільш схильні до заняття даним видом туризму.

The appeal of population of Krivoy Rog is analysed in relation to development of industrial tourism. It is found out the categories of habitants of inclined to employment by this tourist kind.

Постановка проблеми. Індустріальний туризм, як альтернативний вид туристичної діяльності на антропогенно-модифікованих територіях, має досить значні перспективи для розвитку в нашій країні, а особливо в її промислових регіонах. Проте ефективність організації індустріально-туристичної діяльності багато в чому залежить від раціонально проведених