

Гл.ас. ВЯРА КЮРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”, БЛАГОЕВГРАД

**ВЛИЯНИЕ НА СЕЗОННИЯ ФАКТОР ВЪРХУ РЕАЛИЗИРАНИТЕ НОЩУВКИ ОТ
ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС**

**THE IMPACT OF SEASONALITY ON REALIZED OVERNIGHT STAYS IN THE HOTEL
BUSINESS**

Chief Assistant Prof. VYARA KYUROVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract

The year-round capacity utilization is of primary importance for the hotel business. The uneven distribution of tourism demand over time as a result of seasonality, however, leads to negative consequences, such as decrease of the effectiveness of utilization of facilities, decrease of revenues from sales of services and respectively - decrease in annual profits. Some seasons or months are even marked by significant losses. That is why concrete measures should be taken to eliminate the impact of seasonality at the greatest possible degree. The impact of seasonality on the hotel business can be most evidently seen through the number of realized overnight stays.

The purpose of this paper is to study the impact of seasonality on realized overnight stays in the hotel business and reveal the possible decisions for its overcoming. With regard to this, an analysis of statistical data for the period between 2002 and 2009 has been done. As a result of the analysis, some conclusions and concrete suggestions for overcoming the negative impact of seasonality have been presented.

Key words: seasonal fluctuations, hotel business, realized overnights, factor, influence

В настоящият момент туристическия отрасъл в България е най-динамично изменящ се в положителна посока. Масовият туризъм формира основната част (около 70 %) от предлагането на българския туристически продукт (Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2008-2020 г.). Той е определяща предпоставка за развитие на хотелиерството, което според Иванова осъществява връзката между туристите и туристическите ресурси (Иванова, 2007).

Имайки предвид, че масовият морски и планински туризъм се реализира в определени сезони, е необходимо да се изтъкне силното влияние на сезонния фактор върху състоянието на хотелиерството. Във връзка с това някои автори подчертават, че силно изразената сезонност в туристическите

потоци и свързаната с това голяма неравномерност във функционирането на бизнеса е особено типично именно за най-масовия туризъм – морския и планинския (Бъчваров, Тончев, 1996). Сезонността се явява един от основните проблеми за развитието на хотелиерския бизнес, тъй като оказва силно влияние върху икономическите резултати от неговата дейност.

Важно значение за състоянието на този бизнес има целогодишното натоварване на производствената мощност. Неравномерното разпределение на туристическото търсене във времето в резултат на сезонния фактор обаче води до такива отрицателни последици, като намаляване на ефективността на използване на материалната база, намаляване обема на приходите от продажби на услуги и съответно намаляване на

годишните печалби. В определени сезони и месеци от годината дори се реализират значителни загуби. Ето защо е необходимо предприемане на конкретни действия за отстраняване влиянието на сезонния фактор във възможно най-голяма степен.

Влиянието на сезонността върху хотелиерския бизнес според нас най-осезателно може да се отчита посредством реализираните нощувки. Основания за това твърдение ни дава обстоятелството, че показателят реализирани нощувки разкрива степента на експлоатация на хотелите, продължителността на туристическия сезон, типа туристи, сезонната и годишната заетост на човешките ресурси, равнището на разходите, които туристите правят по време на престоя си в туристическото място и др. Същевременно е необходимо да се има предвид и мнението, че този показател има изключителна тежест при характеризиране на чуждестранните туристически посещения (Ракаджийска, 2001).

В тази връзка целта на разработка е да се изследва влиянието на сезонността върху реализираните нощувки от хотелиерския бизнес и да се разкрият възможните решения за нейното преодоляване.

Изследването е осъществено на областни равнища, като по-конкретно са избрани областите Благоевград и Бургас. Изборът на тези две области се обуславя от факта, че едната от тях е център на морския туризъм, а другата - главно на ски туризма и съответно са едни от най-развитите в съответния вид туризъм, поради наличието на благоприятни природни условия за развитието на летен морски и планински (зимен ски) туризъм. Същевременно в тези области наред със сезонността и във връзка с нея се проявява и значителната пространствена (териториална) концентрация на туристическото търсене.

Този избор позволява да се изясни влиянието на сезонните колебания върху хотелиерския бизнес при типично морски

и типично планински (зимен ски) туризъм, като на тази база се направи съпоставка между реализираните нощувки в двата обекта на изследването. Това ще позволи да се разкрият възможните решения за преодоляването на негативните последици от проявлението на сезонността.

Определянето на влиянието на сезонния фактор върху реализираните нощувки, с отчитане само на сезонните причини и елиминиране действието на всички останали причини, е осъществимо чрез прилагането на статистическите методи за измерване на сезонността. Съществен е въпроса за изборът на метод, който следва да се прилага и с чиято помощ може да се измерва и анализира силата на сезонните колебания. В статистическата литература са известни редица методи за изследване на сезонните колебания, но най-често използваните са методът на простите средни и методът на фактическите към изгладените стойности (Мишев, Гоев, 2010). Най-подходящ за измерване влиянието на сезонния фактор върху реализираните нощувки от хотелиерския бизнес е методът на отношенията на фактическите към изгладените стойности, тъй като позволява да се отстранят както случайните, така и трайнодействащите несезонни фактори, определящи тенденцията в развитието явленията.

При прилагането на статистическите методи за измерване на сезонността е важен въпроса за определянето на продължителността на периода, от който се извличат данни. Според В. Гоев за да се приложи методът на фактическите към изгладените стойности се поставя изискването дължината на реда да бъде най-малко 4 пъти по-голяма от периодичността в него, като в определени случаи тя трябва да бъде най-малко пет пъти по-голяма от периодичността, тоест при месечни данни да съдържа най-малко 60 наблюдения (Мишев, Гоев, 2010). Сходно е становището и на А. Манов. Авторът посочва, че според

статистическата теория, за да се извърши анализ на сезонните колебания в развитието на определен динамичен ред, е необходимо той да се състои най-малко от четири дължини на сезонния цикъл. В този смисъл, ако динамичният ред е съставен от месечни данни, минимално допустимата му дължина е 48 елемента (Манов, 2001). Посочените аргументи определят избора на период за изследване в тази разработка, а именно период от осем години (01. 2002 - 12. 2009 г.).

Анализът на влиянието на сезонния фактор върху реализираните нощувки в хотелите е направен по отношение на:

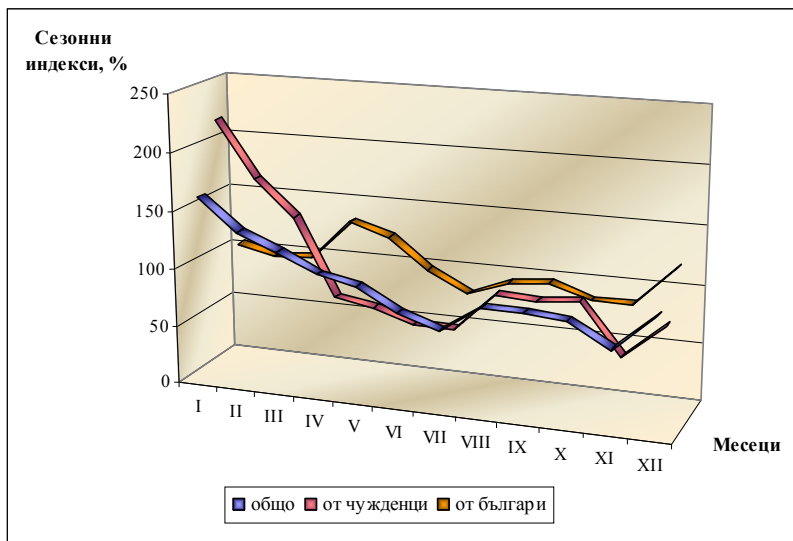
- общо реализираните нощувки в хотелите в областите Благоевград и Бургас;
- реализираните нощувки от чужденци в хотелите в областите Благоевград и Бургас;

➤ реализираните нощувки от българи в хотелите в областите Благоевград и Бургас.

Влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки в хотелите в областите Благоевград и Бургас

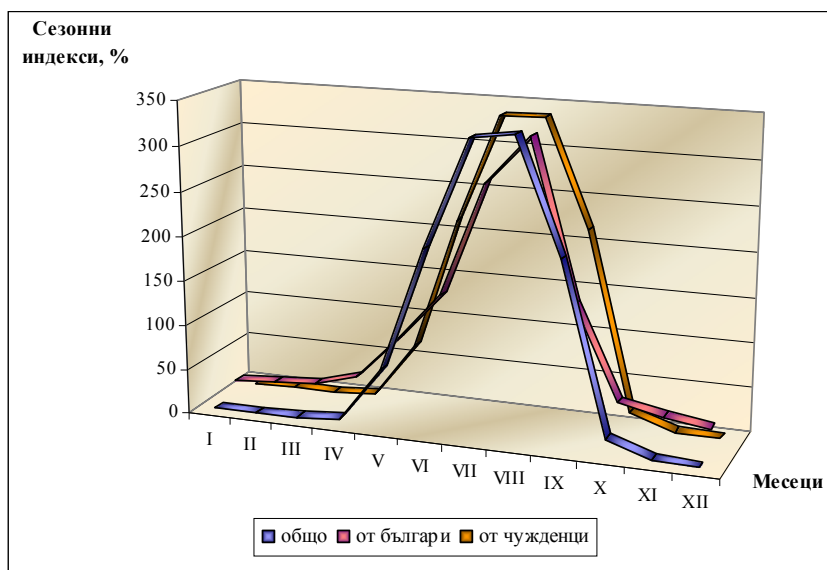
Анализът на данните представени на Фигура 1 и Фигура 2 недвусмислено показва, че за периода 2002-2009 г. в областите Благоевград и Бургас се наблюдават отчетливо проявяващи се сезонни колебания по отношение на общо реализираните нощувки и на реализираните нощувки от чужденци и от българи. При това за изследвания период най-отчетливи са сезонните колебания при реализираните нощувки от чужденци в хотелите в областите Благоевград и Бургас.

Фигура 1. Сезонна вълна при реализираните нощувки в хотелите в област Благоевград по месеци



Източник: Туризъм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване и собствени изчисления

Фигура 2. Сезонна вълна при реализираните нощувки в хотелите в област Бургас по месеци



Източник: Туризм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване и собствени изчисления

Същевременно сезонната вълна при общо реализираните нощувки и при реализираните нощувки от чужденци и от българи в хотелите в област Благоевград достигат своя минимум през месец август и своя максимум през месец януари с изключение на тези от българи. По отношение на област Бургас се очертава тенденция в противоположна посока в сезонната вълна в сравнение с наблюдаваната в област Благоевград. За област Бургас сезонната вълна както при общо реализираните нощувки, така и при тези от българи и чужденци бележи своя максимум през месец август и своя минимум през месец януари.

Отделните стойности на индексите на сезонността¹ позволяват да се направят

¹ Индексите на сезонни колебания са изчислени, като месечните средни на отношенията на фактическите към изгладените стойности са

конкретни изводи относно силата и посоката на влияние на сезонния фактор (Фигури 3, 4 и 5).

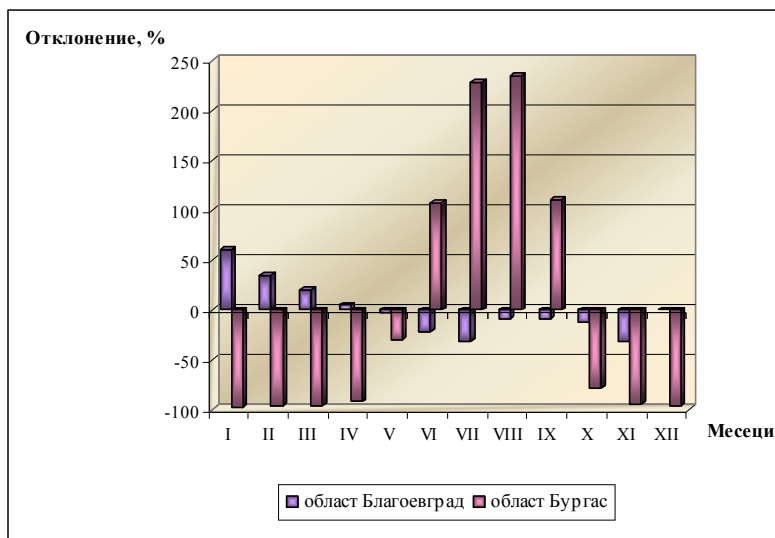
Стойностите на сезонните индекси при общо реализираните нощувки от фиг. 3 в хотелите в област Благоевград се различават съществено от тези, изчислени за област Бургас. По - съществени разлики се наблюдават за месеците от януари до май, през които стойностите на сезонния индекс при общо реализираните нощувки в хотелите за област Благоевград са положителни в сравнение с тези за област Бургас, когато за област Бургас за същия период се наблюдава негативно влияние на сезонния фактор. Същевременно е очевидно, че докато положителното влияние на сезонния фактор за област

разделени на общата месечна средна и са умножени по 100.

Бургас се отчита през месеците от юни до септември, то за същия период за област Благоевград се наблюдава негативно влияние на сезонния фактор. Освен това най-силно позитивно влияние на сезонността се наблюдава за област Бургас през месец август и за област Благоевград през месец януари. Налага

се изводът, че влиянието на сезонните колебания е положително през периода на предсезон и главен сезон на морския ваканционен туризъм за област Бургас и през периода на главен и след сезон за зимен планински туризъм за област Благоевград.

Фигура 3. Влияние на сезонния фактор върху общо реализираните нощувки в хотелите в областите Благоевград и Бургас



Източник: Туризъм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване и собствени изчисления

Влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки от чужденци в хотелите в областите Благоевград и Бургас

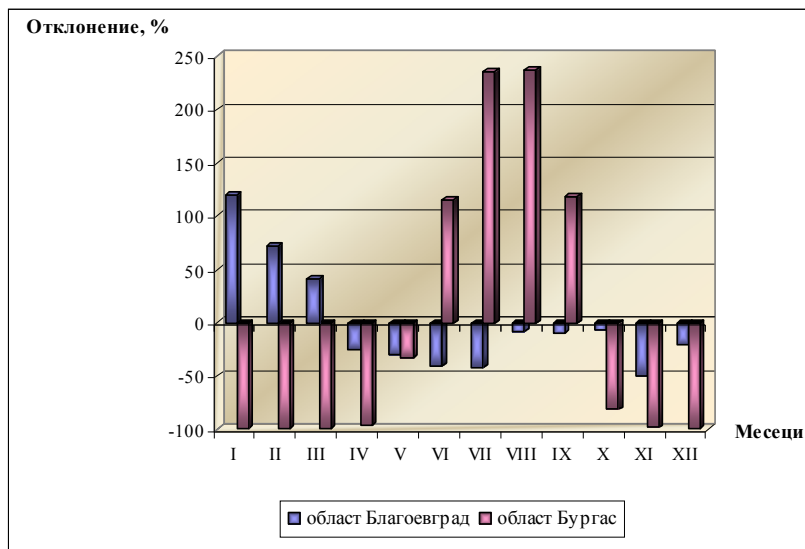
Данните за реализираните нощувки от чужденци от Фигура 4 разкриват различие в положителното влияние на сезонния фактор. През периода 2002-2009 г. положителното влияние на сезонността се регистрира за област Благоевград през месеците от януари до март, а за област Бургас през месеците от юни до септември. Най-силно е положителното влияние на сезонните

колебания върху реализираните нощувки от чужденци за област Благоевград през месец януари и за област Бургас през месец август. Различие се установява и по отношение на негативното въздействие на сезонните колебания. За област Благоевград влиянието на сезонния фактор е в негативна посока за периода от април до декември. За област Бургас се наблюдава негативно влияние на сезонните колебания през периода от октомври до май. Най-силно негативно влияние се наблюдава през месеците от ноември до април за област Бургас и през месеците юни, юли и

ноември за област Благоевград. Може да се направи извода, че влиянието на сезонните колебания е положително през периода на предсезон и главен

сезон на морския ваканционен туризъм за област Бургас и през периода на главен и след сезон на зимния планински туризъм за област Благоевград.

Фигура 4. Влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки от чужденци в хотелите в областите Благоевград и Бургас



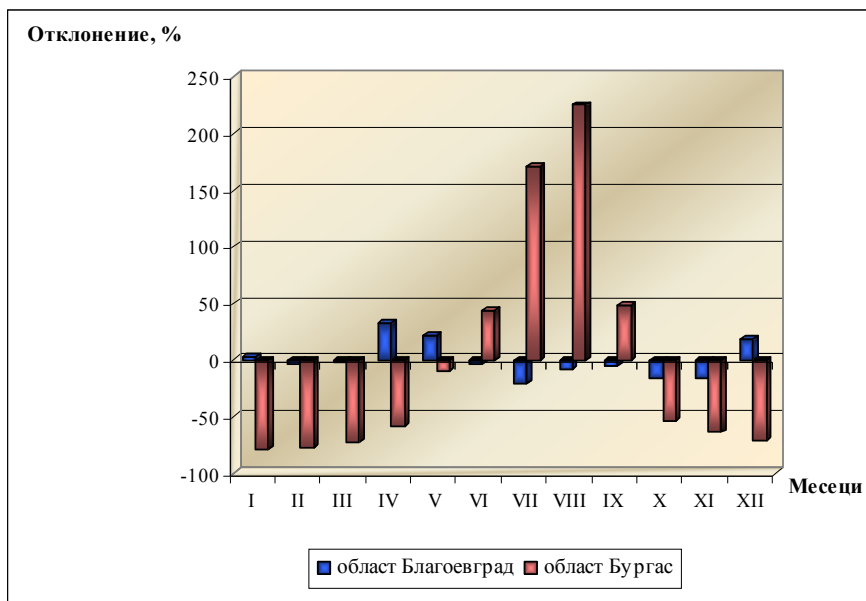
Източник: Туризъм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване и собствени изчисления

Влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки от българи в хотелите в областите Благоевград и Бургас

Получените резултати за влиянието на сезонния фактор върху реализираните нощувки от българи разкриват, че е налице съществена разлика (Фиг. 5). Най-значителна разлика се наблюдава за месеците от юни до септември, през които стойностите на сезонния индекс при реализираните нощувки от българи в хотелите за област Бургас са положителни в сравнение с тези за същия период за област Благоевград, когато се отчита негативно въздействие на сезонния фактор. Освен това най-силно положително влияние на сезонния фактор се установява през

месец април за област Благоевград и през месец август за област Бургас. От друга страна въздействието на сезонните колебания в негативна посока е най-значително през месец август за област Благоевград и през месец януари за област Бургас. Това дава основание да се твърди, че влиянието на сезонния фактор върху реализираните нощувки от българи в хотелите е позитивно през периода на предсезон и главен сезон на морски ваканционен туризъм за област Бургас и през периода на предсезон и главен сезон на зимен планински туризъм за област Благоевград.

Фигура 5. Влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки от българи в хотелите в областите Благоевград и Бургас



Източник: Туризъм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване, Туризъм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване и собствени изчисления

Изследването на влиянието на сезонността върху реализираните нощувки в двете области дава възможност да се направят следните **изводи**:

Позитивното влияние на сезонния фактор за периода юни-септември може да се обясни с установения консерватизъм и психологическа настройка, че това е най-подходящия период за отдих, съществуването на мода в това отношение и възприетата в западните страни практика през тези месеци да се организират отпуските на сътрудниците на предприятията (Александрова, 2002).

Негативното влияние на сезонния фактор върху реализираните нощувки на областно ниво е свързано главно със снижаването на туристическото търсене. Вследствие на това предприемачите не успяват да усвоят напълно капацитета на материалната база и претърпяват загуби.

Особено важно значение за приемането на високоэффективни решения за преодоляване на негативното въздействие на сезонните колебания има статистическото наблюдение върху търсенето по дни, месеци и сезони, въз основа на които да се правят аргументирани анализи и да се прогнозира натовареността на съответната материална база.

За попълване на капацитета на хотелите и съответно за реализиране на очакваните доходи и печалба за сезоните, през които е доказано слабо туристическо търсене, трябва да се прилагат доказаните в практиката подходи, като намаление на цени, отстъпки за редовни клиенти, за семейства с деца и др. Това означава въвеждане на диференцирани цени в зависимост от пазарния сегмент. Считаме, че възможно решение в случая е

провеждането на политика за насърчаване на продажбите чрез използването на различни стимули. Сред подходите за решаването на проблема може да намери място също и предлагането на специфични развлечения, съобразени със сезона, като специални анимационни програми и разнообразни атракции. Същевременно неексплоатирания все още сериозен потенциал от природни и

културни ресурси, с които област Благоевград и област Бургас разполагат, е предпоставка за развитието на значителна част от така наречените “специализирани форми” на туристически дейности, които биха спомогнали за преодоляването на ясно изразената сезонност в потреблението извън активните летен и зимен сезон.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Александрова, А. (2002). Международният туризъм, М., АСПЕНТ ПРЕСС, с. 139
2. Бъчваров, М., Цв. Тончев (1996). Основи на туризма, С., ТИЛИА, с. 27
3. Величкова, Н. (1981). Статистически методи за изучаване и прогнозиране на социално-икономически явления, С., Наука и изкуство, с. 153-183
4. Иванова, П. (2007). Особенности в съвременното развитие на хотелиерството в България, сп. Икономическа мисъл, бр. 3, с. 70
5. Манов, А. (2001). Статистика със SPSS, С., Тракия-М, с. 413
6. Мишев, Г., В. Гоев (2010). Статистически анализ на времеви редове, С., Авангард Прима, с. 143
7. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2008-2020 г., ДАТ, www.tourism.government.bg
8. Николова, Н. (2010). Статистика (обща теория), С., Авангард Прима, с. 212-222
9. Ракаджийска, Св. (2001). Международните туристически пътувания към България в периода на преход към пазарна икономика 1990-2000 г. сп. Икономически изследвания, кн. 3, с. 57
10. Туризм (2002 – 2003) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
11. Туризм (2003 – 2004) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
12. Туризм (2004 – 2005) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
13. Туризм (2005 – 2006) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
14. Туризм (2006 – 2007) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
15. Туризм (2007 – 2008) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
16. Туризм (2008 – 2009) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване
17. Туризм (2009 – 2010) по данни от НСИ в резултат на електронно запитване