

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.484.2

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-3

Козлова В. А.

**Влияние глубины и интенсивности сезонных колебаний
на деятельность гостиниц**

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева,
ул. Комсомольская, 95, Орел 302026, Россия

e-mail: virinaalex@yandex.ru

ORCID 0000-0002-9085-5293

*Статья поступила 16 июня 2024 г.; принята 12 сентября 2024 г.;
опубликована 30 сентября 2024 г.*

Аннотация. В настоящее время перед предприятиями сферы гостеприимства стоит проблема загрузки номерного фонда. При этом многие гостиницы сталкиваются с сезонными колебаниями объёмов реализации гостиничных услуг. Такая ситуация ведёт к недополучению прибыли в определённые периоды, неравномерности нагрузки на предприятие и персонал и т.д. Разные типы гостиничных предприятий в разной степени испытывают на себе воздействие фактора сезонности. Сезонность актуальна для различных гостиниц, как для курортных, так и для городских. При этом у каждой гостиницы может быть «своя» сезонность: отличаются факторы, вызвавшие сезонные колебаний. В каких-то случаях это климатические условия, в других – событийные мероприятия в регионе, ориентация на обслуживание определённого сегмента и т.д. Таким образом, недооценивать влияние сезонности на деятельность гостиниц не стоит. Основная проблема здесь кроется в необходимости прогнозирования объёмов реализации услуг с учетом сезонных колебаний. При оценке влияния сезонности на объёмы продаж гостиничных услуг необходимо учитывать такие параметры, как глубина, интенсивность, длительность сезонных колебаний. В качестве объекта исследования в данной статье рассмотрен гостиничный комплекс «ГРИНН», расположенный в городе Орле. Изучение сезонных колебаний для данного гостиничного предприятия является актуальным. В работе использована методика определения сезонных колебаний, заключающаяся в расчёте индексов сезонности. Они рассчитывались как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объёму реализованных услуг за весь расчетный период. Для расчёта использовались отчётные данные, предоставленные ГК «ГРИНН» за шесть лет (2017-2022 гг.). В работе применены такие понятия, как «коэффициент загрузки» и «посещаемость». Коэффициент загрузки – это соотношение проданных номеров к общему количеству номеров в отеле. Однако поскольку номера гостиничного комплекса имеет разную вместимость, использован также термин «посещаемость», предполагающий количество гостей, остановившихся в ГК «ГРИНН». Прежде всего была проанализирована посещаемость ГК «ГРИНН», а также коэффициенты загрузки. Полученные данные позволили

рассчитать индексы сезонности. На их основе были построены «сезонные волны». При этом производилось сравнение предпандемийного периода с пандемийным. Далее осуществили сопоставление коэффициента загрузки и товарооборота в ГК «ГРИНН». В ходе проведенных исследований были получены следующие результаты. Максимальная посещаемость гостиничного комплекса отмечена в 2022 году (38832 человек), максимальный среднегодовой коэффициент загрузки – в 2019 году (50,3%). Наименее успешным в деятельности предприятия оказался 2020 год, что обусловлено пандемией коронавирусной инфекции. В 2021-2022 годах начинается постепенное восстановление показателей. В целом, были сделаны следующие выводы. Для ГК «ГРИНН» характерны незначительные сезонные колебания. Они обусловлены спецификой данного предприятия сферы гостеприимства, поскольку предприятие ориентировано на обслуживание организованных групп и деловых туристов. На посещаемость оказывает влияние деловая активность региона, а также событийные мероприятия. Кроме того, было установлено отсутствие тесной связи между уровнем загрузки гостиницы и её доходностью. Доказано, что меньшее число клиентов может принести больший доход и наоборот. Определено, что у ГК «ГРИНН» имеется необходимый потенциал для борьбы с сезонными колебаниями.

Ключевые слова: сезонные колебания; гостиница; туристская индустрия; сезонная загрузка; коэффициент загрузки; сезонная волна

Для цитирования: Козлова В. А. Влияние глубины и интенсивности сезонных колебаний на деятельность гостиниц // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 3. С. 27-46. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-3

UDC 338.484.2

Veronika A. Kozlova

The influence of the depth and intensity of seasonal fluctuations on hotel activities

Turgenev Orel State University,
95 Komsomolskaya St., Orel 302026, Russia

e-mail: virinaalex@yandex.ru
ORCID 0000-0002-9085-5293

Abstract. Currently, hospitality enterprises are faced with the problem of loading the number of rooms. At the same time, many hotels are faced with seasonal fluctuations in the volume of sales of hotel services. This situation leads to a lack of profit in certain periods, uneven workload on the enterprise and personnel, etc. Different types of hotel enterprises are affected by seasonality to varying degrees. Seasonality is relevant for various hotels, both resort and city. At the same time, each hotel may have its own seasonality: the factors that caused seasonal fluctuations differ. In some cases, these are climatic conditions, in others, event events in the region, focus on serving a certain segment, etc. Thus, the impact of seasonality on hotel operations should not be underestimated. The main problem here lies in the need to forecast the volume of sales of services, taking into account seasonal fluctuations. When assessing the impact of seasonality on sales volumes of hotel services, it is necessary to take into account such parameters as the depth, intensity, and duration of seasonal

fluctuations. The object of research in this article is the GRINN hotel complex, located in the city of Orel. The study of seasonal fluctuations for this hotel enterprise is relevant. The work uses a method for determining seasonal fluctuations, which consists in calculating seasonality indices. They were calculated as a percentage of average monthly levels for a number of years to the total average monthly volume of services sold for the entire billing period. For the calculation, reporting data provided by the GRINN Group of Companies for six years (2017-2022) were used. First of all, the attendance of the GRINN Group of Companies was analyzed, as well as load factors. The data obtained made it possible to calculate seasonality indices. On their basis, "seasonal waves" were built. At the same time, a comparison was made between the pre-pandemic period and the pandemic period. Next, we compared the load factor and turnover in the GRINN Group of Companies. During the research, the following results were obtained. The maximum attendance of the hotel complex was noted in 2022 (38,832 people), the maximum average annual occupancy rate was in 2019 (50.3%). The year 2020 was the least successful year for the company, which was due to the coronavirus pandemic. In 2021-2022, a gradual recovery of indicators begins. In general, the following conclusions were drawn. The GRINN Group of Companies is characterized by minor seasonal fluctuations. They are determined by the specifics of this hospitality enterprise. Since the company is focused on serving organized groups and business tourists, attendance is influenced by the business activity of the region, as well as event events. In addition, it was established that there is no close connection between the occupancy level of a hotel and its profitability. It was proven that fewer customers can generate more revenue and vice versa. It was determined that the GRINN Group of Companies has the necessary potential to combat seasonal fluctuations.

Keywords: seasonal fluctuations; hotel; tourism industry; seasonal load; load factor; seasonal wave

For citation: Kozlova, V. A. (2024), "The influence of the depth and intensity of seasonal fluctuations on hotel activities", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (3), pp. 27-46. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-3-0-3

Введение (Introduction). Для гостиничной сферы характерно влияние фактора сезонности (Михайлова, 2017). Однако здесь важно дифференцировать гостиницы в зависимости от региона их расположения, сегмента туристов, на который ориентировано средство размещения, событийности в регионе и т.д. (Михайлова, Пономарева, 2018). Так, например, сезонность гостиницы, расположенной на морском побережье, будет существенно отличаться от сезонности гостиницы, расположенной в горах и ориентированной на обслуживание туристов-горнолыжников (Абазян, Калинина, Волкова, 2019). Своя сезонность, отличная от других, будет и у городских отелей (Юнусова, 2011).

В качестве объекта исследования выбран гостиничный комплекс «ГРИНН», расположенный в городе Орле. В отличие от курортных гостиниц, которые подвержены сезонным колебаниям, связанным с изменениями климатических условий, у средств размещения, расположенных в городе, «своя» сезонность, связанная с иными факторами (Кондрацкая, Винокурова, 2020). Именно поэтому актуально исследовать данные особенности.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является определение влияния глубины и интенсивности сезонных колебаний на деятельность гостиничного комплекса «ГРИНН», расположенного в городе Орле.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Многие специалисты в сфере гостеприимства считают, что прибыль гостиницы зависит не только от количества гостей, но также от дополнительных услуг (Шутова, 2020). И порой прибыль бывает одинаковой и при загрузке 75%, и при загрузке 100% (Преображенская, Заусалина, Курилюк, 2018). Чтобы подтвердить или опровергнуть данное утверждение, сопоставили коэффициенты загрузки и финансовые результаты ГК «ГРИНН».

Используя отчётные данные, предоставленные ГК «ГРИНН», можно определить сезонные колебания, характерные для данного средства размещения. Для начала рассмотрим сезонные колебания коэффициентов загрузки и посещаемость в ГК «ГРИНН» в течение шести лет (2017-2022 гг.). Особый интерес представляет сравнение показателей допандемийного, пандемийного и постпандемийного периодов.

Необходимо отметить, что 2020 год стал не типичным для всей туристской индустрии как в целом, так и для ГК «ГРИНН», в частности. Именно на этот год пришёлся локдаун, во время которого многие гостиницы вынуждены были практически приостановить свою деятельность на неопределённое время. Далее последовал период, характеризующийся низкой загрузкой, обусловленной введёнными санитарно-

эпидемиологическими и иными ограничениями (Сальникова, Рудникова, Хохлова, 2022). В это время многие туристы либо вообще отказались от поездок, либо свели их количество к минимуму. Затем начался период медленного восстановления показателей.

На примере данной работы проследим, как пандемия отразилась на загрузке и сезонности ГК «ГРИНН», и как данное гостиничное предприятие справилось с возникшими сложностями и смогло ли восстановить докризисные позиции.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

В таблице 1 представлена посещаемость гостиничного комплекса за шесть лет (период с 2017 по 2022 гг.).

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать вывод, что в 2018 и 2019 годах произошло небольшое снижение количества посетителей гостиничного комплекса «ГРИНН» по сравнению с 2017 годом. В 2017 году наибольшее количество посетителей отмечалось в феврале. Снижение посещений характерно для таких месяцев, как январь, июль, август. В 2018 году количество посещений снизилось в период с мая по сентябрь. В остальные месяцы спрос был относительно стабильным. В 2019 году наиболее посещаемыми месяцами стали февраль и ноябрь. Некоторые снижения количества посещений в этот год были отмечены в январе, марте, апреле, июне, июле, сентябре и декабре.

Таблица 1

Посещаемость гостиничного комплекса «ГРИНН», чел.

Table 1

Visits to the GRINN hotel complex, people

Месяцы	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Январь	2680	3290	2922	2920	2081	3160
Февраль	4386	3225	3922	4096	2647	3204
Март	3239	3411	2994	1595	3257	2912
Апрель	3344	3143	2699	163	3338	3285
Май	3337	2848	3274	310	3258	3686

Месяцы	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Июнь	3026	2717	2499	730	2465	2840
Июль	2752	2398	2696	1444	2460	2974
Август	2599	2724	3059	1936	2447	2896
Сентябрь	2788	2478	2687	2094	3067	3311
Октябрь	2881	3527	3210	1674	3618	3802
Ноябрь	3638	3378	3600	2286	2320	4087
Декабрь	3063	3144	2882	2111	2939	2675
Итого	37733	36283	36444	21359	33897	38832

В 2020 году произошло резкое снижение количества посетителей гостиничного комплекса «ГРИНН» ввиду начала распространения коронавирусной инфекции COVID-19. В 2020 году наибольшее количество посетителей отмечалось в феврале, в предпандемийный месяц. Начиная с апреля, после пикового падения посетителей, наблюдался медленный рост. В 2021 году количество гостей было низким в летний и зимний периоды. Весенние и осенние месяцы показали положительную динамику и стабильность. В 2022 году наиболее посещаемыми месяцами стали май, октябрь и ноябрь. Снижение количества посещений в этот год было отмечено в летний период и в декабре.

Из представленных данных видно, что более резкие колебания коэффициентов загрузки в предпандемийный период наблюдались в

2019 году. В 2017 году такие колебания характерны для первой половины года.

В последующие периоды более резкие колебания коэффициентов загрузки в течение года наблюдались в 2021 году, но стоит заметить, что, в сравнении с другими исследуемыми годами каждый из месяцев 2021 года отмечился высоким процентом загрузки номерного фонда.

Для 2020 года характерен резкий спад посетителей в первом квартале года ввиду начала распространения новой коронавирусной инфекции, и медленное восстановление туристского потока в течение остального периода.

Наиболее стабильным и средним по загрузке гостиничного комплекса стал 2022 год.

Получив данные по коэффициентам загрузки по шести годам, далее их сопоставили (рис. 1).

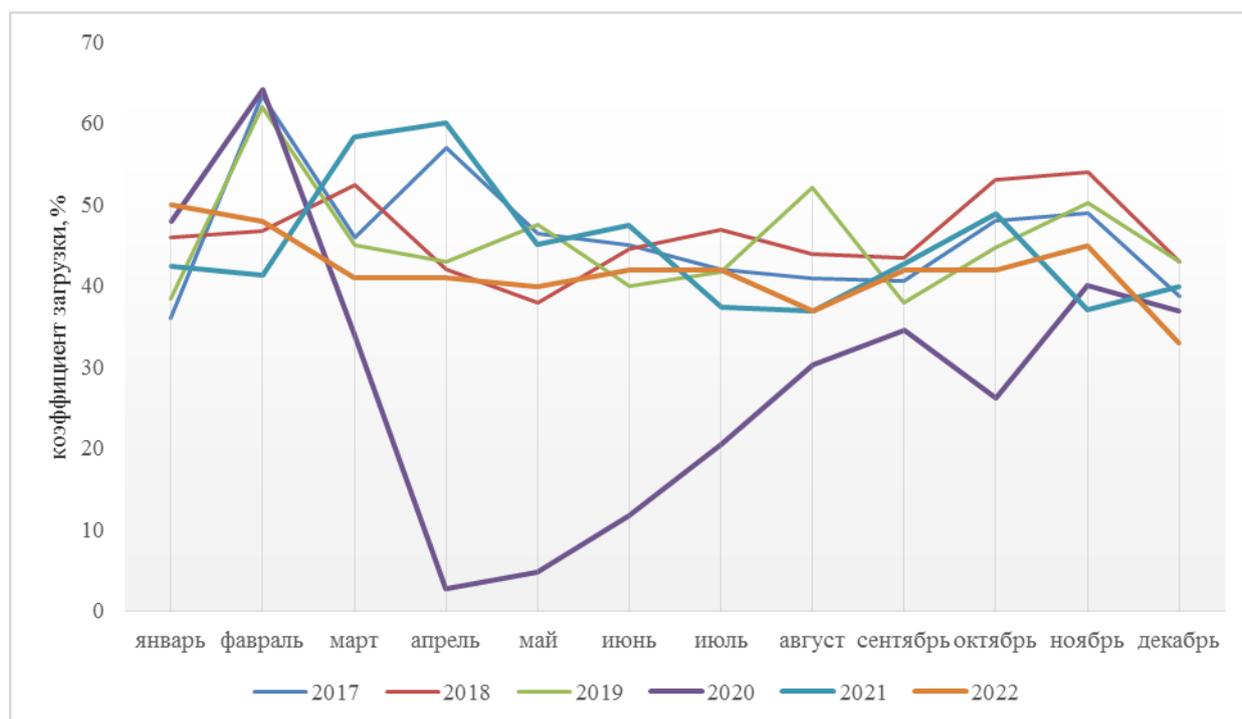


Рис. 1. Сопоставление коэффициентов загрузки в ГК «ГРИНН» за 2017-2022 гг.

Fig. 1. Comparison of load factors in the GRINN hotel complex for 2017-2022

Несмотря на то, что данные по всем годам несколько разнятся, всё равно можно обозначить общие тенденции. Например, снижение коэффициента загрузки в летние месяцы и увеличение в осенние.

Для того, чтобы более точно определить общие закономерности, характерные для сезонности в ГК «ГРИНН» в течение шести лет, произведём расчёт индекса сезонности.

Индексы сезонности позволяют измерить размах колебаний помесечных данных, однако помесечные данные одного года являются недостаточно надёжными для выявления закономерностей периодических колебаний. Чаще для этих целей используют месячные данные за ряд лет (Федоренко, Куценко, 2023).

Таким образом, индекс сезонности представляет собой отношение средней величины уровня, рассчитанной для

каждого из 12 календарных месяцев за ряд лет, к среднемесячному уровню ряда динамики за весь рассматриваемый период, выраженное в процентах (Целых, Четвергова, 2018). Индекс сезонности рассчитывается по следующей формуле:

$$I_{Si} = \frac{\bar{y}_i}{\bar{y}} \times 100\%, \quad (1)$$

где I_{Si} – индекс сезонности;

\bar{y}_i – средний уровень за i -й месяц года,

\bar{y} – среднемесячный уровень за весь период данных (три года).

Изначально произведём расчёт индексов сезонности по такому показателю, как «количество посещений». Рассмотрим допандемийный период (2017 – 2019 гг.) (табл. 2).

Таблица 2

Расчётная таблица для определения индексов сезонности
 (по количеству посещений ГК «ГРИНН») за 2017 – 2019 гг.

Table 2

Calculation table for determining seasonality indices (based on the number of visits to the
 GRINN hotel complex) for 2017 – 2019

Месяцы	Годы			в среднем за три года, \bar{y}_i	индекс сезонности, I_{Si}
	2017	2018	2019		
Январь	2680	3290	2922	2964	96,6
Февраль	4386	3225	3922	3844	125,3
Март	3239	3411	2994	3215	104,8
Апрель	3344	3143	2699	3062	99,8
Май	3337	2848	3274	3153	102,8
Июнь	3026	2717	2499	2747	89,5
Июль	2752	2398	2696	2615	85,2
Август	2599	2724	3059	2794	91,1
Сентябрь	2788	2478	2687	2651	86,4
Октябрь	2881	3527	3210	3206	104,5
Ноябрь	3638	3378	3600	3539	115,4
Декабрь	3063	3144	2882	3030	98,8
Средний уровень ряда	3144	3024	3037	3068	-

Для определения среднего уровня \bar{y}_i была использована формула расчёта средней арифметической за исследуемые три года.

Средний уровень ряда определяем как среднюю арифметическую из

полученных \bar{y}_i для каждого из 12 месяцев:

$$\bar{y}_{общ} = \frac{\sum \bar{y}_i}{12} \quad (2)$$

$$\bar{y}_{общ} = \frac{2964 + 3844 + 3215 + 3062 + 3153 + 2747 + 2615 + 2794 + 2651 + 3206 + 3539 + 3030}{12} = 3068$$

Также данную величину можно рассчитать как среднюю арифметическую

из трёх средних уровней, исчисленных для каждого года:

$$\bar{y}_{общ} = \frac{3144 + 3024 + 3037}{3} = 3068$$

Получив необходимые данные, произведём расчет индексов сезонности для каждого месяца:

$$\text{для января: } I_{Si} = \frac{2964}{3068} \times 100\% = 96,6\%$$

$$\text{для февраля: } I_{Si} = \frac{3844}{3068} \times 100\% = 125,3\%$$

$$\text{для марта: } I_{Si} = \frac{3215}{3068} \times 100\% = 104,8\%$$

$$\text{для апреля: } I_{Si} = \frac{3062}{3068} \times 100\% = 99,8\%$$

$$\text{для мая: } I_{Si} = \frac{3153}{3068} \times 100\% = 102,8\%$$

$$\text{для июня: } I_{Si} = \frac{2747}{3068} \times 100\% = 89,5\%$$

$$\text{для июля: } I_{Si} = \frac{2615}{3068} \times 100\% = 85,2\%$$

$$\text{для августа: } I_{Si} = \frac{2794}{3068} \times 100\% = 91,1\%$$

$$\text{для сентября: } I_{Si} = \frac{2651}{3068} \times 100\% = 86,4\%$$

$$\text{для октября: } I_{Si} = \frac{3206}{3068} \times 100\% = 104,5\%$$

$$\text{для ноября: } I_{Si} = \frac{3539}{3068} \times 100\% = 115,4\%$$

$$\text{для декабря: } I_{Si} = \frac{3030}{3068} \times 100\% = 98,8\%$$

На основе полученных индексов сезонности построим «сезонную волну» (рис. 2).

Сезонная волна характеризует внутригодовую динамику явления на протяжении определённого временного периода (в нашем случае это три года)

(Артюхова, хуторская, 2016). Анализируя полученный график, можно сделать вывод о незначительных колебаниях количества посещений ГК «ГРИНН».

В таблице 3 произвели расчёт индексов сезонности по количеству посещений.

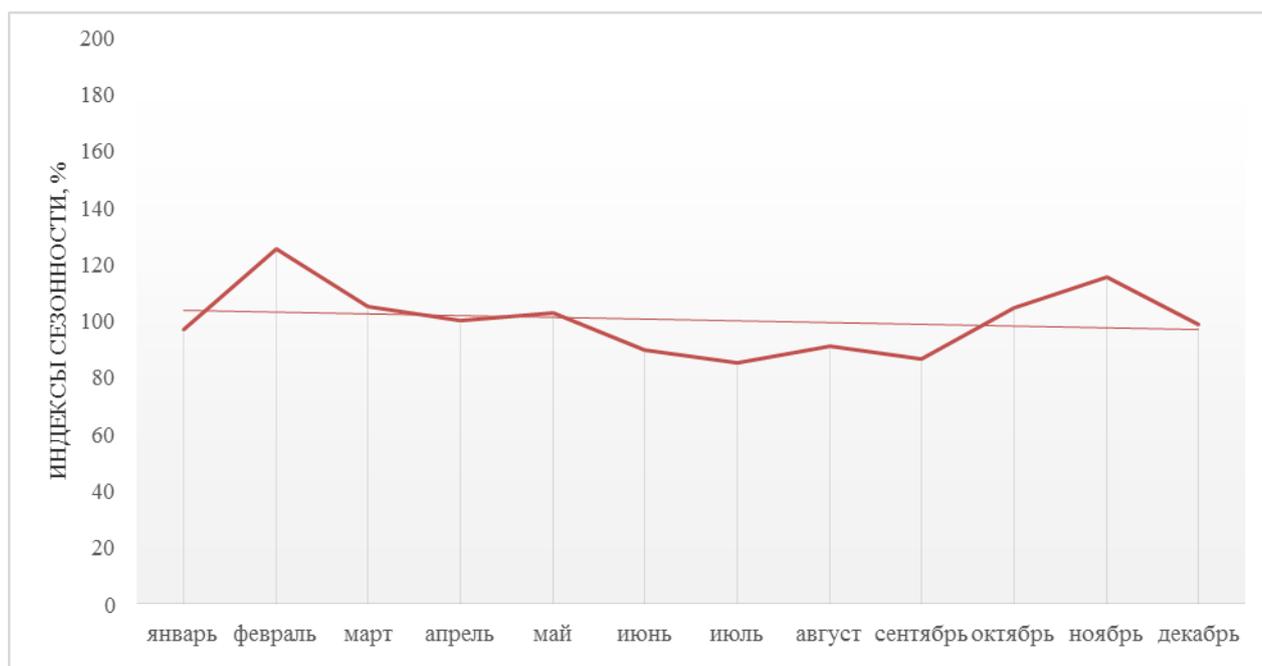


Рис. 2. «Сезонная волна» по посещаемости ГК «ГРИНН» в допандемийный период (2017 – 2019 гг.)

Fig. 2. “Seasonal wave” in terms of the number of visits to the GRINN hotel complex for 2017-2029

Таблица 3

Расчётная таблица для определения индексов сезонности (по количеству посещений ГК «ГРИНН») за 2020 – 2022 гг.

Table 3

Calculation table for determining seasonality indices (based on the number of visits to the GRINN hotel complex) for 2020 – 2022

Месяц	Годы			в среднем за три года, \bar{y}_i	индекс сезонности, I_{Si}
	2020	2021	2022		
Январь	2920	2081	3160	2720	104,1
Февраль	4096	2647	3204	3315	126,9
Март	1595	3257	2912	2588	99,0
Апрель	163	3338	3285	2262	86,6
Май	310	3258	3686	2418	92,5
Июнь	730	2465	2840	2011	77,0
Июль	1444	2460	2974	2292	87,7
Август	1936	2447	2896	2426	92,8
Сентябрь	2094	3067	3311	2824	108,0
Октябрь	1674	3618	3802	3031	116,0
Ноябрь	2286	2320	4087	2897	110,9
Декабрь	2111	2939	2675	2575	98,5
Средний уровень ряда	1780	2825	3236	2613	-

$$\frac{\text{---}}{y_{\text{общ}}} = \frac{2720 + 3315 + 2588 + 2262 + 2418 + 2011 + 2292 + 2426 + 2824 + 3031 + 2897 + 2575}{12} = 2613$$

$$y_{\text{общ}} = \frac{1780 + 2825 + 3236}{3} = 2613$$

$$\text{для января: } I_{Si} = \frac{2720}{2613} \times 100\% \approx 104,1\%$$

$$\text{для февраля: } I_{Si} = \frac{3315}{2613} \times 100\% \approx 126,9\%$$

$$\text{для марта: } I_{Si} = \frac{2588}{2613} \times 100\% \approx 99,0\%$$

$$\text{для апреля: } I_{Si} = \frac{2262}{2613} \times 100\% \approx 86,6\%$$

$$\text{для мая: } I_{Si} = \frac{2418}{2613} \times 100\% \approx 92,5\%$$

$$\text{для июня: } I_{Si} = \frac{2011}{2613} \times 100\% \approx 77,0\%$$

$$\text{для июля: } I_{Si} = \frac{2292}{2613} \times 100\% \approx 87,7\%$$

$$\text{для августа: } I_{Si} = \frac{2426}{2613} \times 100\% \approx 92,8\%$$

$$\text{для сентября: } I_{Si} = \frac{2824}{2613} \times 100\% \approx 108,0\%$$

$$\text{для октября: } I_{Si} = \frac{3031}{2613} \times 100\% \approx 116,0\%$$

$$\text{для ноября: } I_{Si} = \frac{2897}{2613} \times 100\% \approx 110,9\%$$

$$\text{для декабря: } I_{Si} = \frac{2575}{2613} \times 100\% \approx 98,5\%$$

На основе полученных индексов сезонности построим «сезонную волну» (рис. 3).

Анализируя полученный график,

можно сделать вывод о незначительных колебаниях количества посещений ГК «ГРИНН».

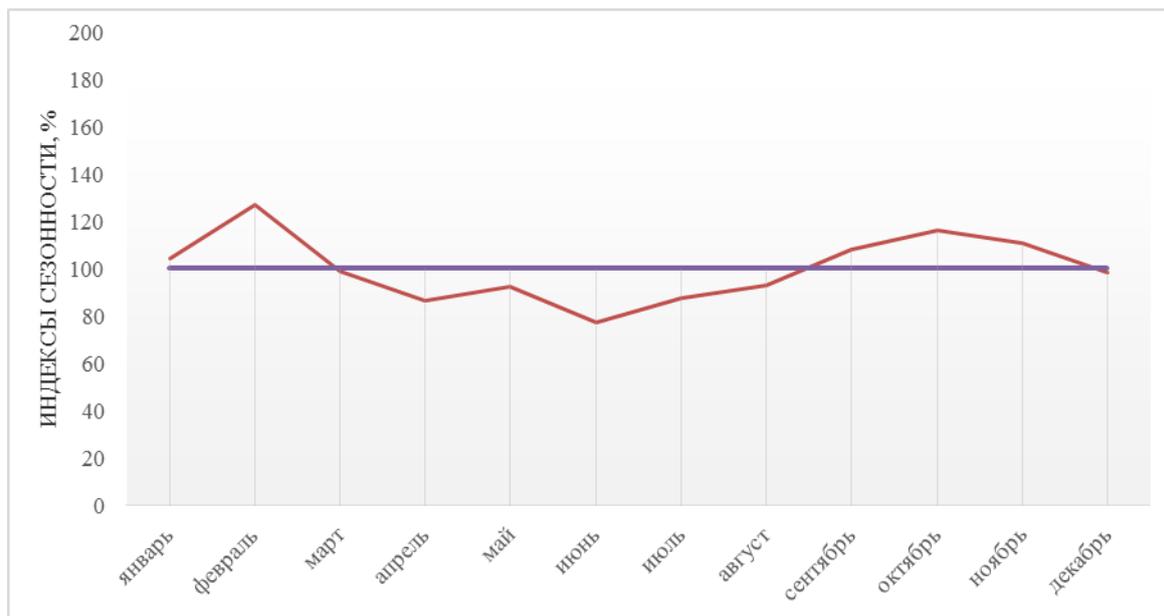


Рис. 3. «Сезонная волна» по посещаемости ГК «ГРИНН» в пандемийный период (2020-2022 гг.)

Fig. 3. “Seasonal wave” in terms of the number of visits to the GRINN hotel complex for 2020-2022

Аналогичные расчёты можно произвести, используя и такой показатель, как коэффициент загрузки. В таблице 4 приведены коэффициенты загрузки ГК

«ГРИНН» в различные месяцы в течение шести лет. Затем произвели расчёты для определения индексов сезонности (табл. 5).

Таблица 4

Коэффициенты загрузки ГК «ГРИНН», %

Table 4

Load factors of the GRINN hotel complex, %

Месяцы	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Январь	36,0	46,0	38,5	47,9	42,5	50,0
Февраль	63,4	46,7	62,0	64,1	41,4	48,0
Март	46,0	52,5	45,0	34,1	58,3	41,0
Апрель	57,0	42,0	43,0	2,8	60	41,0
Май	46,5	38,0	47,5	4,9	45,1	40,0
Июнь	45,0	44,5	40,0	11,7	47,5	42,0
Июль	42,0	47,0	41,7	20,5	37,4	42,0
Август	41,0	44,0	52,1	30,4	37,0	37,0
Сентябрь	40,7	43,4	37,9	34,6	42,8	42,0
Октябрь	48,0	53,0	44,8	26,3	48,9	42,0
Ноябрь	49,0	54,0	50,2	40,1	37,1	45,0
Декабрь	38,8	43,0	43,0	37,0	40,0	33,0
Среднегодовая загрузка	46,1	45,5	50,3	29,5	44,8	41,9

Таблица 5

Расчётная таблица для определения индексов сезонности
 (по коэффициенту загрузки ГК «ГРИНН») (2017 – 2019 гг.)

Table 5

Calculation table for determining seasonality indices
 (according to the load factor of the GRINN hotel complex) (2017 – 2019)

Месяцы	Годы			в среднем за три года, \bar{y}_i	индекс сезонности, I_{Si}
	2017	2018	2019		
Январь	36,0	46,0	38,5	40,2	87,6
Февраль	63,4	46,7	62,0	57,4	125,1
Март	46,0	52,5	45,0	47,8	104,1
Апрель	57,0	42,0	43,0	47,3	103,1
Май	46,5	38,0	47,5	44,0	95,9
Июнь	45,0	44,5	40,0	43,2	94,1
Июль	42,0	47,0	41,7	43,6	95,0
Август	41,0	44,0	52,1	45,7	99,6
Сентябрь	40,7	43,4	37,9	40,7	88,7
Октябрь	48,0	53,0	44,8	48,6	105,9
Ноябрь	49,0	54,0	50,2	51,1	111,3
Декабрь	38,8	43,0	43,0	41,6	90,6
Средний уровень ряда	46,1	45,5	50,3	45,9	-

$$\bar{y}_{\text{общ}} = \frac{40,2 + 57,4 + 47,8 + 47,3 + 44,0 + 43,2 + 43,6 + 45,7 + 40,7 + 48,6 + 51,1 + 41,6}{12} = 45,9$$

$$\bar{y}_{\text{общ}} = \frac{46,1 + 45,5 + 50,3}{3} = 45,9$$

Расчёт индексов сезонности для загрузки ГК «ГРИНН» представлен далее; каждого месяца по коэффициенту

$$\text{для января: } I_{Si} = \frac{40,2}{45,9} \times 100\% = 87,6\%$$

$$\text{для февраля: } I_{Si} = \frac{57,4}{45,9} \times 100\% = 125,1\%$$

$$\text{для марта: } I_{Si} = \frac{47,8}{45,9} \times 100\% = 104,1\%$$

$$\text{для апреля: } I_{Si} = \frac{47,3}{45,9} \times 100\% = 103,1\%$$

$$\text{для мая: } I_{Si} = \frac{44,0}{45,9} \times 100\% = 95,9\%$$

$$\text{для июня: } I_{Si} = \frac{43,2}{45,9} \times 100\% = 94,1\%$$

$$\text{для июля: } I_{Si} = \frac{43,6}{45,9} \times 100\% = 95,0\%$$

$$\text{для августа: } I_{Si} = \frac{45,7}{45,9} \times 100\% = 99,6\%$$

$$\text{для сентября: } I_{Si} = \frac{40,7}{45,9} \times 100\% = 88,7\%$$

$$\text{для октября: } I_{Si} = \frac{48,6}{45,9} \times 100\% = 105,9\%$$

$$\text{для ноября: } I_{Si} = \frac{51,1}{45,9} \times 100\% = 111,3\%$$

$$\text{для декабря: } I_{Si} = \frac{41,6}{45,9} \times 100\% = 90,6\%$$

На рисунке 4 представлена «сезонная волна» по коэффициенту загрузки ГК «ГРИНН» в допандемийный период.

В таблице 6 приведены результаты расчёта индексов сезонности по коэффициенту загрузки.

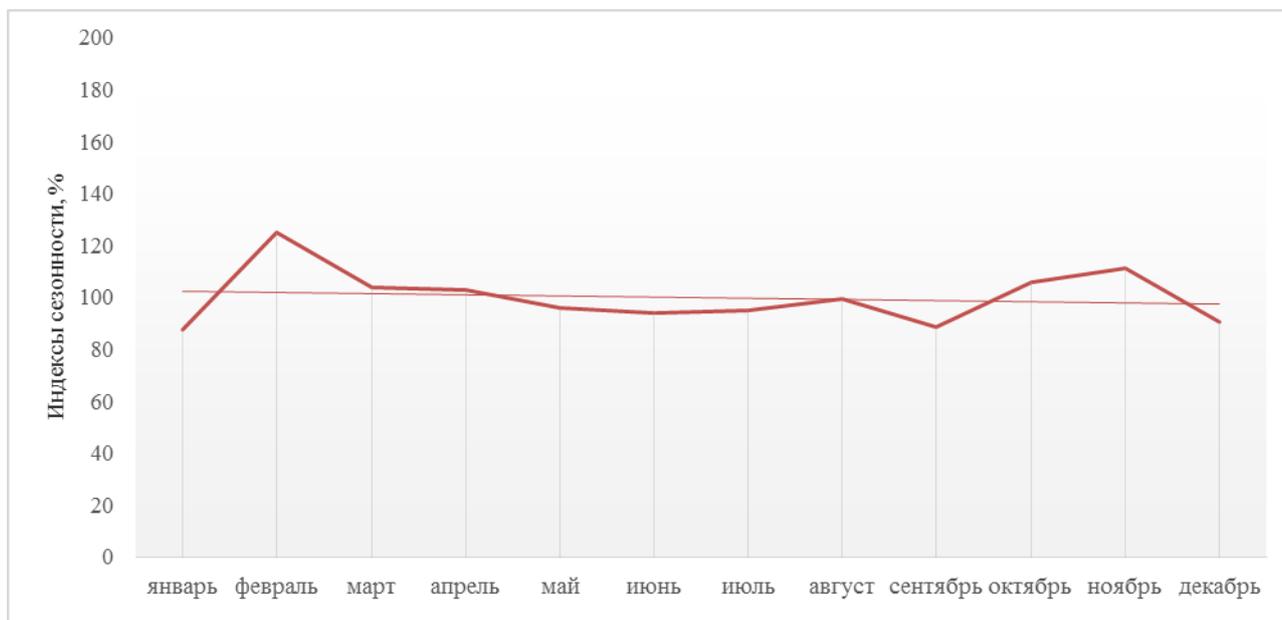


Рис. 4. «Сезонная волна» по коэффициенту загрузки ГК «ГРИНН» в допандемийный период (2017 - 2019 гг.)

Fig. 4. "Seasonal wave" according to the load factor in the GRINN hotel complex for 2017 - 2019

Таблица 6

Расчётная таблица для определения индексов сезонности
 (по коэффициенту загрузки ГК «ГРИНН») (2020 – 2022 гг.)

Table 6

Calculation table for determining seasonality indices
 (according to the load factor of the GRINN hotel complex) (2020 – 2022)

Месяц	Годы			в среднем за три года, \bar{y}_i	индекс сезонности, I_{Si}
	2020	2021	2022		
Январь	47,9	42,5	50,0	46,8	120,6
Февраль	64,1	41,4	48,0	51,2	131,9
Март	34,1	58,3	41,0	44,5	114,7
Апрель	2,8	60,0	41,0	34,6	89,1
Май	4,9	45,1	40,0	30,0	77,3
Июнь	11,7	47,5	42,0	33,7	86,8
Июль	20,5	37,4	42,0	33,3	85,8
Август	30,4	37,0	37,0	34,8	89,7
Сентябрь	34,6	42,8	42,0	39,8	102,6
Октябрь	26,3	48,9	42,0	39,1	100,8
Ноябрь	40,1	37,1	45,0	40,7	104,9
Декабрь	37,0	40,0	33,0	36,7	94,6
Средний уровень ряда	29,5	44,8	41,9	38,8	-

$$\bar{y}_{общ} = \frac{40,2 + 57,4 + 47,8 + 47,3 + 44,0 + 43,2 + 43,6 + 45,7 + 40,7 + 48,6 + 51,1 + 41,6}{12} = 45,9$$

$$\bar{y}_{общ} = \frac{46,1 + 45,5 + 50,3}{3} = 45,9$$

Расчёт индексов сезонности для загрузки ГК «ГРИНН» представлен далее:
 каждого месяца по коэффициенту

$$\text{для января: } I_{Si} = \frac{46,8}{38,8} \times 100\% \approx 120,6\%$$

$$\text{для февраля: } I_{Si} = \frac{51,2}{38,8} \times 100\% \approx 131,9\%$$

$$\text{для марта: } I_{Si} = \frac{44,5}{38,8} \times 100\% \approx 114,7\%$$

$$\text{для апреля: } I_{Si} = \frac{34,6}{38,8} \times 100\% \approx 89,1\%$$

$$\text{для мая: } I_{Si} = \frac{30,0}{38,8} \times 100\% \approx 77,3\%$$

$$\text{для июня: } I_{Si} = \frac{33,7}{38,8} \times 100\% \approx 86,8\%$$

$$\text{для июля: } I_{Si} = \frac{33,3}{38,8} \times 100\% \approx 85,8\%$$

$$\text{для августа: } I_{Si} = \frac{34,8}{38,8} \times 100\% \approx 89,7\%$$

$$\text{для сентября: } I_{Si} = \frac{39,8}{38,8} \times 100\% \approx 102,6\%$$

$$\text{для октября: } I_{Si} = \frac{39,1}{38,8} \times 100\% \approx 100,8\%$$

$$\text{для ноября: } I_{Si} = \frac{40,7}{38,8} \times 100\% \approx 104,9\%$$

$$\text{для декабря: } I_{Si} = \frac{36,7}{38,8} \times 100\% \approx 94,6\%$$

На рисунке 5 представлена «сезонная волна» по коэффициенту загрузки ГК

«ГРИНН» в пандемийный период (2020 – 2022 гг.).

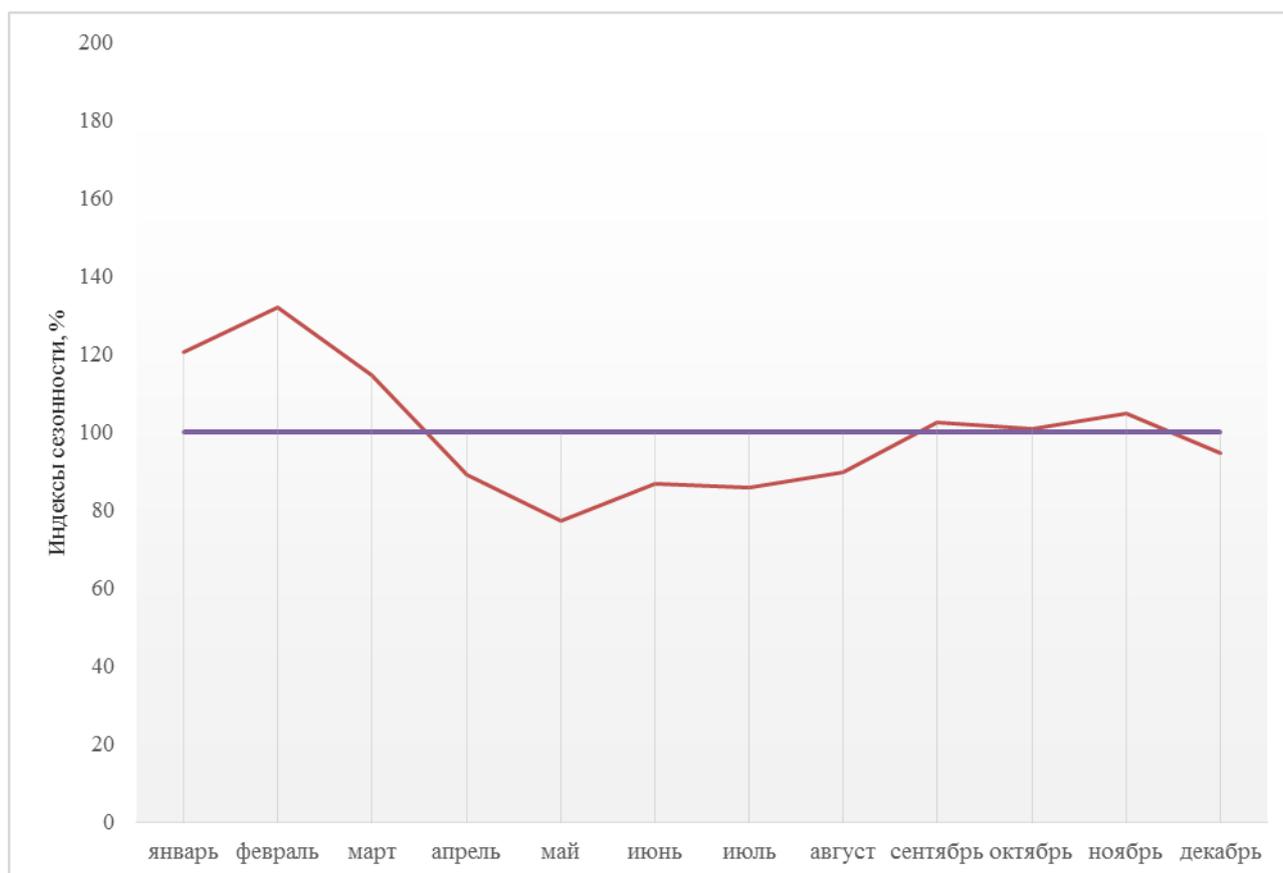


Рис. 5. «Сезонная волна» по коэффициенту загрузки ГК «ГРИНН» в пандемийный период (2020 – 2022 гг.)

Fig. 5. “Seasonal wave” according to the load factor in the GRINN hotel complex for 2020 - 2022

Анализируя индексы сезонности, можно сделать вывод о наличии в ГК «ГРИНН» определённой сезонности. Однако эта сезонность не является ярко выраженной. Резкие сезонные колебания отсутствуют. Незначительные пики сезонности приходятся на такие месяцы, как февраль и ноябрь. В период с июня по сентябрь наоборот наблюдается «низкий сезон» для данного средства размещения. Это вполне можно объяснить тем, что ГК «ГРИНН» является городской гостиницей, он не расположен на побережье и, соответственно, летний пик сезона для

него не характерен. Гостиничный комплекс ориентирован на обслуживание деловых туристов, а, как известно, лето – это период отпусков, и деловая активность в это время года значительно снижается (Козлова, 2018). В целом же в сезонности, характерной для ГК «ГРИНН», не отмечено сильных колебаний. Существуют лишь незначительные снижения и повышения спроса на гостиничные услуги.

Далее сопоставим выявленную сезонность ГК «ГРИНН» и товарооборот (табл. 7).

Таблица 7
Сопоставление коэффициента загрузки и товарооборота в ГК «ГРИНН» в допандемийный период (2017 – 2019 гг.)

Table 7

Comparison of load factor and turnover in the GRINN hotel complex (2017 – 2019)

Месяцы	2017		2018		2019	
	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.
Январь	36,0	8715,8	46,0	10066,4	38,5	11367,4
Февраль	63,4	13501,4	46,7	11909,1	62,0	13255,3
Март	46,0	13796,50	52,5	14519,60	45,0	13618,40
Апрель	57,0	14962	42,0	12939,2	43,0	12970,4
Май	46,5	11701,9	38,0	10671,7	47,5	11963,1
Июнь	45,0	12314,4	44,5	12490,7	40,0	12375,2
Июль	42,0	11460,9	47,0	12743,6	41,7	12556,1
Август	41,0	11104,2	44,0	12098,9	52,1	14908,5
Сентябрь	40,7	10888,4	43,4	13563,3	37,9	11091,2
Октябрь	48,0	13290	53,0	15066,4	44,8	15942,4
Ноябрь	49,0	13522,2	54,0	14302,2	50,2	16053,3
Декабрь	38,8	12541,3	43,0	12965,1	43,0	15733,8

Из таблицы 7 видно, что далеко не всегда между коэффициентом загрузки и товарооборотом прослеживается тесная связь. Так, например, в феврале 2017 года отмечен наивысший коэффициент загрузки (63,4%), однако товарооборот этого месяца ниже, чем в последующие (13501,4 тыс. руб. против 13796,50 тыс. руб. и 14962 тыс. руб.), когда коэффициент загрузки составлял всего 46% и 57%, соответственно.

Аналогичная ситуация прослеживается и в последующие годы. Так, в 2018 году максимальный коэффициент загрузки отмечен в ноябре – 54,0%, а максимальный товарооборот – в октябре (15066,4 тыс. руб. в октябре при загрузке 53,0% против 14302,2 тыс. руб. в ноябре при загрузке 54,0%). В январе 2018 года отмечен минимальный товарооборот по сравнению с другими месяцами этого года – всего 10066,4 тыс. руб., при этом

коэффициент загрузки находился на среднем уровне – 46,0%.

В 2019 году наивысший коэффициент загрузки пришёлся на февраль – 62,0%, а максимальный товарооборот – на ноябрь (16053,3 тыс. руб.).

В феврале 2020 года отмечен наивысший коэффициент загрузки (64,1%) при максимальном товарообороте в 15575,9 тыс. руб. (табл. 8). Наименьшим по загрузке с показателем 2,8% и

товарооборотом, который составляет 1117,2 тыс. руб., являлся апрель 2020 года.

В 2021 году максимальный коэффициент загрузки отмечен в апреле – 60,0%, а максимальный товарооборот – в октябре (15007,3 тыс. руб. в октябре при загрузке 48,9% против 14162,1 тыс. руб. в апреле при загрузке 60,0%). В январе 2021 года отмечен минимальный товарооборот по сравнению с другими месяцами этого года – всего 9568,6 тыс. руб., при этом коэффициент загрузки находился на среднем уровне 42,5%.

Таблица 8

Сопоставление коэффициента загрузки и товарооборота в ГК «ГРИНН» в пандемийный период (2020 – 2022 гг.)

Table 8

Comparison of load factor and turnover in the GRINN hotel complex (2020 – 2022)

Месяц	2020		2021		2022	
	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.	загрузка, %	товарооборот, тыс. руб.
Январь	47,9	9412,1	42,5	9568,6	50,0	9777,8
Февраль	64,1	15575,9	41,4	10065,1	48,0	14576,7
Март	34,1	11605,3	58,3	14738,1	41,0	14967,6
Апрель	2,8	1117,2	60,0	14162,1	41,0	13076,8
Май	4,9	1955,1	45,1	12076,2	40,0	12279,5
Июнь	11,7	3134,1	47,5	14437,1	42,0	15595,3
Июль	20,5	5935,3	37,4	11008,4	42,0	12719,2
Август	30,4	9158,3	37,0	12012,9	37,0	13599,9
Сентябрь	34,6	10868,5	42,8	12171,8	42,0	13547,9
Октябрь	26,3	8644,9	48,9	15007,3	42,0	15070,4
Ноябрь	40,1	11558,4	37,1	12123,3	45,0	14878,4
Декабрь	37,0	11078,3	40,0	13165,2	33,0	11850,9

В 2022 году наивысший коэффициент загрузки пришёлся на январь – 50,0%, а максимальный товарооборот – на июнь (15595,3 тыс. руб.).

Выявленная тенденция свидетельствует об отсутствии тесной связи между уровнем загрузки гостиницы и её доходностью. ГК «ГРИНН» получает доход не только от реализации номеров, но и от продажи дополнительных услуг (Горюшкина, 2020). Среди дополнительных услуг такие, как

продукция мини-баров, обслуживание в номерах, услуги прачечной, бизнес-центра, салона красоты, оздоровительного комплекса «ГРИНН SPA».

Заключение (Conclusions). По результатам проведённого исследования можно сделать следующие выводы.

За шестилетний период максимальная среднегодовая загрузка отмечена в 2019 году (50,3%), минимальная – в 2020 году (29,5%), что обусловлено пандемией коронавирусной

инфекции. В 2021-2022 годах начинается постепенное восстановление показателей.

Если говорить непосредственно о сезонности, то у данного гостиничного предприятия выявлено отсутствие резких сезонных колебаний. Наблюдаются лишь незначительные пики, которые приходятся на такие месяцы, как февраль и ноябрь. В период с июня по сентябрь наоборот отмечается «низкий сезон».

В целом, было установлено, что данный гостиничный комплекс имеет достаточно хороший потенциал для борьбы с незначительными сезонными колебаниями, которые для него характерны. Одним из инструментов такой борьбы является активное внедрение дополнительных услуг (Козлова, 2021).

Было установлено отсутствие тесной связи между уровнем загрузки гостиницы и её доходностью (Рудникова, Дятченкова, Анисимов, Куприянович, 2023). Таким образом, получается, что меньшее число клиентов может принести больший доход, и наоборот. Это подтверждает тот факт, что в борьбе с сезонностью важно не только привлекать потребителей, но и активизировать продвижение дополнительных услуг имеющимся на данный момент клиентам.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Абазян А.Г., Калинина В.А., Волкова Ж.С. Средства нивелирования сезонных колебаний в гостиничном бизнесе г. Краснодара // *Colloquium-Journal*. 2019. № 22-6 (46). С. 38-39.

Артюхова И.В., Хуторская В.А. Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе // *Инновационная наука*. 2016. № 4-1. С. 25-27

Горюшкина Н.Е. Диверсификация как фактов повышения эффективности гостиниц в условиях сезонности // *Тренды развития*

современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: сборник научных статей 10-й Всероссийской научно-практической конференции. Курск, 2020. С. 95-98.

Козлова В.А. Перспективы развития гостиничного рынка Орла в рамках делового туризма // *Актуальные проблемы развития туризма: Материалы международной научно-практической конференции, 12-13 марта 2018 г.* / под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой. РГУФКСМиТ. М., 2018. С. 261-265

Козлова В.А. Механизмы сглаживания сезонных колебаний в региональных гостиницах // *Туризм и гостеприимство: новые концепции, возможности и инструменты развития: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции, НИУ «БелГУ», 15–16 апреля 2021 года* / отв. ред. О.К. Слинкова. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2021. С. 49-56

Кондрацкая Т.А., Винокурова Д.С. Оценка сезонности в гостиничном бизнесе // *Global and Regional Research*. 2020. Т. 2. № 4. С. 91-96.

Михайлова Н.К. Фактор сезонности как проблема управления персоналом гостиницы // *Наука сегодня: проблемы и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции: в 3 частях*. 2017. С. 103-104.

Михайлова Н.К., Пономарева Д.А. Проблемы управления персоналом гостиницы в условиях сезонного функционирования // *Тенденции развития науки и образования*. 2018. № 34-3. С. 63-65

Особенности ценообразования на услуги предприятий туристической индустрии / Рудникова Н.П., Дятченкова С.В., Анисимов А.В., Куприянович В.В. // *Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры* / материалы IV Международной научно-практической конференции, (8 декабря 2022 года, г. Орёл). Орёл: ОГУ имени И.С. Тургенева, 2023. С. 51-60.

Преображенская Т.В., Заусалина М.А., Курилюк О.А. Функционально-стоимостной анализ загрузки гостиницы // *Бенефициар*. 2018. № 28. С. 9-18.

Сальникова И.Н., Рудникова Н.П., Хохлова К.С. Особенности развития сферы услуг в Российской Федерации в условиях

сложной эпидемиологической ситуации // Парадигма устойчивого развития социально-экономических систем на микро- и макроуровнях. материалы международной научно-практической конференции. Орел, 2022. С. 131-136.

Федоренко Ю.А., Куценко Е.В. Анализ влияния факторов сезонности в гостиничном бизнесе // Актуальные вопросы гостинично-ресторанного бизнеса: материалы V Международной научно-практической конференции преподавателей и молодых ученых. Москва, 2023. С. 110-112.

Целых Т.Н., Четвергова Т.А. Анализ сезонный колебаний в гостиничном бизнесе // Вестник современных исследований. 2018. № 7.2 (22). С. 280-282

Шутова И.Г. Инновационный пакет для загрузки гостиницы и повышения рентабельности на рынке // Научно-аналитический журнал Наука и практика Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2020. Т. 12. № 1 (37). С. 104-112.

Юнусова Н.А. Снижение сезонности – главный путь к эффективности и качеству гостиничных услуг // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 3. С. 174-179.

References

Abazyan, A.G., Kalinina, V.A. and Volkova, Zh.S. (2019), "Sredstva nivelirovaniya sezonnykh kolebaniy v gostinichnom biznese g. Krasnodara", *Colloquium-Journal*, 22-6 (46), pp. 38-39.

Artyukhova, I.V. and Khutorskaya, V.A. (2016), "Upravlenie faktorami sezonnosti v gostinichnom biznese", *Innovatsionnaya nauka*, 4-1, pp. 25-27

Goryushkina, N.E. (2020), "Diversifikatsiya kak faktor povysheniya effektivnosti gostinitsy v usloviyakh sezonnosti", *Trendy razvitiya sovremennogo obshchestva: upravlencheskie, pravovye, ekonomicheskije i sotsialnye aspekty*, Kursk, pp. 95-98.

Kozlova, V.A. (2018), "Perspektivy razvitiya gostinichnogo rynka Orla v ramkakh delovogo turizma", *Aktualnye problemy razvitiya turizma*, Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, RGUFKSMiТ, М., pp. 261-265.

Kozlova, V.A. (2021), "Mekhanizmy sglazhivaniya sezonnykh kolebaniy v regionalnykh gostinitsakh", *Turizm i gostepriimstvo: novye kontseptsii, vozmozhnosti i instrumenty razvitiya*, Belgorod, ID «BelGU» NIU «BelGU», pp. 49-56.

Kondratskaya, T.A. and Vinokurova, D.S. (2020), "Otsenka sezonnosti v gostinichnom biznese", *Global and Regional Research*, Т. 2, 4, pp. 91-96.

Mikhailova, N.K. (2017), "Faktor sezonnosti kak problema upravleniya personalom gostinitsy", *Nauka segodnya: problemy i perspektivy razvitiya*, pp. 103-104.

Mikhailova, N.K. and Ponomareva, D.A. (2018), "Problemy upravleniya personalom gostinitsy v usloviyakh sezonnogo funktsionirovaniya", *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya*, 34-3, pp. 63-65.

Rudnikova, N.P., Dyatchenkova, S.V., Anisimov, A.V. and Kupriyanovich, V.V. (2023), "Osobennosti tsenoobrazovaniya na uslugi predpriyatij turindustrii", *Integratsiya turizma v ekonomicheskuyu sistemu regiona: perspektivy i bariery*, Oryol, OGU imeni I.S. Turgeneva, pp. 51-60.

Preobrazhenskaya, T.V., Zausalina, M.A. and Kurilyuk, O.A. (2018), Funktsionalno-stoimostnoy analiz zagruzki gostinitsy, *Benefitsiar*, 28, pp. 9-18.

Salnikova I.N., Rudnikova N.P. and Khokhlova K.S. (2022), "Osobennosti razvitiya sfery uslug v Rossiyskoy Federatsii v usloviyakh slozhnoy epidemiologicheskoy situatsii", *Paradigma ustoychivogo razvitiya sotsialno-ekonomicheskikh sistem na mikro- i makrourovnyakh*, Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Orel, pp. 131-136.

Fedorenko, Yu.A. and Kutsenko, E.V. (2023), "Analiz vliyaniya faktorov sezonnosti v gostinichnom biznese", *Aktualnye voprosy gostinichno-restorannogo biznesa*, Москва, pp. 110-112.

Tselyx, T.N. and Chetvergova, T.A. (2018), "Analiz sezonnykh kolebaniy v gostinichnom biznese", *Vestnik sovremennykh issledovaniy*, 7.2 (22), pp. 280-282.

Shutova, I.G. (2020), "Innovatsionniy paket

dlya zagruzki gostinitsy i povysheniya rentabelnosti na rynke", *Nauka i praktika Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta im. G.V. Plekhanova*, 12, 1 (37), pp. 104-112.

Yunusova, N.A. (2011), "Snizhenie sezonnosti – glavnyy put k effektivnosti i kachestvu gostinichnykh uslug", *Aktualnye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 3, pp. 174-179.

Информация об авторе

Козлова Вероника Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного дела

Information about the author

Veronika A. Kozlova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business