

РОЗДІЛ II

Економічна і соціальна географія

УДК 338.488.2:640.412(560)

Наталія Коцан,
Юрій Пасевич

Особливості й тенденції функціонування готельної індустрії Туреччини

У статті висвітлено особливості й тенденції функціонування готельної індустрії Туреччини. Проаналізовано сучасний стан ринку готельних послуг країни. Подано характеристику специфіки послуг у різних за класами готелях. Розглянуто фактори та показано їх вплив на розвиток готельної мережі Туреччини. Проаналізовано значення готельних мереж для туристичної індустрії. Визначено основні переваги та особливості франчайзингу в діяльності готельних ланцюгів країни. Вивчено особливості державної політики в галузі туризму Туреччини. Показано регіональні особливості функціонування готелів досліджуваної території.

Ключові слова: Туреччина, готельна індустрія, туризм, готельні ланцюги, франчайзинг.

Постановка наукової проблеми та її значення. Необхідність наукового дослідження обраної теми, зумовлена інтенсивним розвитком туристичної галузі, зокрема готельної індустрії розвинених країн світу. Дослідження особливостей функціонування готельної індустрії Туреччини як однієї з провідних держав у галузі туризму, дає змогу визначити основні принципи та критерії функціонування готелів для подальшого використання й упровадження досвіду успішної організації готельного бізнесу.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Серед українських учених, які досліджували стан підприємств готельного господарства у світі в цілому та в Україні зокрема, потрібно назвати Х. Й. Роглева [8], який приділив увагу дослідженню готельного менеджменту. Розгляд міжнародних готельних мереж, стану й перспектив їх розвитку здійснено в роботах таких науковців, як В. С. Катькало. Л. Г. Агафонова [1] дослідила готельно-ресторанний бізнес. Результати вивчення особливостей туристичних послуг, зокрема туроперейтингу в Туреччині, знайшли своє відображення в працях М. Ю. Медведенко. Важливим внеском у розуміння світової туристичної діяльності, зокрема готельного господарства, є роботи таких учених, як В. Ю. Воскресенський, А. А. Романов, Р. Г. Саакянц, О. О. Гац, К. П. Максимець та ін. Серед науковців-географів відзначимо О. О. Любіцеву, яка приділила увагу дослідженню ринку туристичних послуг. Світовий ринок туристичних послуг, зокрема готельної індустрії, відображено в працях М. П. Мальської [5]. Окремими питаннями розвитку туризму України займався І. В. Смаль. У роботах О. О. Бейдика значну увагу звернуто на стратегію розвитку національного туризму.

Мета статті – виявлення особливостей і тенденцій розвитку готельної індустрії Туреччини.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати структуру сучасного ринку готельних послуг;
- схарактеризувати специфіку надання туристичних послуг у різних за класами готелях;
- розглянути фактори, які впливають на розвиток готельної мережі Туреччини;
- проаналізувати значення готельних мереж «готельних ланцюгів» для готельної індустрії Туреччини;
- проаналізувати особливості державної політики в галузі туризму, зокрема готельної індустрії Туреччини;
- охарактеризувати регіональні особливості функціонування готелів у Туреччині.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг за оплату короткотермінового проживання в засобах розміщення. Це можуть бути готелі, мотелі, кемпінги, хостели та інші об'єкти, які регулярно або іноді надають туристам кімнати для ночівлі. У цьому дослідженні ми беремо до уваги готелі як основний класичний тип підприємства для розміщення туристів.

За визначенням ВТО, готель – це колективний засіб розміщення, що складається з певної кількості номерів, має єдине керівництво, яке надає набір послуг (мінімум – застеляння ліжок, прибирання номерів і санвузлів) та згруповане в класи й категорії відповідно до наданих послуг та обладнання номерів. Аналогічні заклади включають пансіонати й мебльовані кімнати, туристські гуртожитки [3].

У Туреччині 86 % готелів працює за системою «Все включене» (англ. *All inclusive*). Це один із найвищих показників у світі. Турист за фіксовану плату отримує всі розваги на території готелю, багато послуг із яких пропонується безкоштовно. Система розрахунків у готелях є різною. Це може бути магнітна картка, яка видається в день приїзду туриста та діє лише на території готелю. Нею можна розраховуватися за платні послуги, що не входять у вартість туру. У деяких готелях існує система чекових розрахунків. Квитанції зберігаються до кінця перебування туриста в готелі.

У світі існують різні класифікації готелів. У теорії й на практиці готельного господарства поширений розподіл готелів на групи, виходячи з надання ними побутових зручностей і послуг. Ці класифікації встановлюють відповідність категорії готелю прийнятому стандарту обслуговування. За підсумками атестації кожному готелю присвоюють певний розряд, який залежить від кількісних і якісних характеристик її будівлі, номерного фонду, інфраструктури, системи життєзабезпечення, а також рівня комфорту, асортименту основних та додаткових послуг, кваліфікації персоналу, культури сервісу [2].

Готелі Туреччини класифікуються від однієї до п'яти зірок. Варто зазначити, що кількість зірок не є показником якості готелів у Туреччині. Тут основний критерій якості готелів – це ціни. Потрібно зазначити, що поширені також «готелі без зірок», які належать муніципалітетам. Також трапляються готелі, розміщені у відновлених старих особняках, а також у сільських будинках.

Клубні готелі або, як їх ще називають, «туристичні села», – це готелі класу HV-1 (HV від *holiday village*) відповідають чотири- та п'ятизірковим готелям. Готелі класу HV-2 є тризірковими. Рівень однієї та двох зірок – це мотелі.

Клубні готелі Туреччини (*Holiday Village*) бувають таких видів:

- Hv-1 – готелі першої категорії, які відповідають 3–4-зірковому рівню. Це готелі клубної системи, що розміщені в котеджах на великій території та надають якісні анімаційними послуги;
- Hv-2 – готель нижчої (2-ї) категорії клубного типу;
- *pansiyons* – готелі бюджетного типу.

Також потрібно відзначити те, що в Туреччині існує класифікація не лише готелів, а й сервісів. Так, такий вид послуг, як «all inclusive», означає безкоштовні напої й бар зі спиртним, виробленим у Туреччині, відсутність обмежень у харчуванні, «Ultra all inclusive» – великий набір різних послуг. Категорії готельних номерів, зазначені в туристичному ваучері, розрізняють за термінами:

- STD – кімната (номер) для проживання туристів, обладнана за певним готелем стандарту. Зазвичай, більша частина номерного фонду готелів складається зі стандартних номерів;
- SNG – розміщення в стандартному одномісному номері (надається одне ліжко, допускається наявність у номері двох ліжок);
- DBL – стандартний номер, розрахований на проживання двох осіб (надається одне велике двоспальне ліжко або два односпальні, залежно від концепції готелю. Деякі готелі допускають розміщення в стандартному двомісному номері неповнолітніх дітей (1 або 2). Залежно від концепції проживання, у готелі надається додаткове спальне місце або ліжко;
- ADL – дорослий (переважно від 12 років);
- CHD – дитина (від двох до 12 років);
- ROH – розміщення туриста в будь-якій будівлі готелю (комплексу будівель готелю) і (або) надання номера без уточнення його характеристик з номерного фонду готелю на розсуд адміністрації;

- SEA VIEW – «Вид на море», мають на увазі номери, звернені до моря, однак вони зовсім необов'язково гарантують відкритий просторовий вид на море;
- SUNMAR FORTUNA і SUNMAR FORTUNA + – особлива система реалізації турів за спеціальною ціною, яка передбачає розміщення туриста в готелях певної умовної категорії до встановленої концепцією харчування. Якщо тур організовано за системою SUNMAR FORTUNA і SUNMAR FORTUNA +, за текстом ваучера будуть спеціальні застереження.

Важливе значення в розвитку сучасного готельного бізнесу мають «готельні ланцюги». Вони дають змогу просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів. Готельні ланцюги уможливають поширення й значне підвищення рівня організації виробництва та обслуговування туристів, створення певного образу готельного обслуговування [8].

Особливостями діяльності «готельних ланцюгів» є єдність стилю інтер'єру й архітектури, зовнішньої інформації; передбачені номери для постійних клієнтів; гнучкість системи тарифів; єдине управління служб комунікацій і маркетингу; сніданок – «шведський стіл»; наявність конференц-залу. До «готельних ланцюгів» можуть входити готелі різних класів із різним набором послуг у різних країнах. Важливою особливістю діяльності «готельних ланцюгів» є франчайзинг. Методи роботи підприємств (готелів), об'єднаних між собою за системою франчайзингу, полягають у наданні права на використання досвіду управління за винагороду від франчайзе-одержувача. Такий підхід до організації готельного бізнесу запроваджено та успішно використовується в готелях Туреччини.

Готельні ланцюги Туреччини представлені багатьма міжнародними готельними мережами. Готелі зосереджені переважно у великих ділових центрах, таких містах, як Стамбул, Анкара, Ізмір. Найбільш відомими турецькими готелями є такі об'єднання готелів, як Elegance, Papillon, 1 C Hotels, Limak, Majesty Hotels and Resorts, Ozkaymak, клубна система Green Platan.

У сучасних умовах динамічного розвитку готельних мереж, їх стан та перспективи перебувають під впливом багатьох факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ. Готельна мережа як організація у сфері готельно-туристичного бізнесу є відкритою системою, вона перебуває в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотний зв'язок. Для ефективного функціонування вона повинна вивчити зміни в навколишньому середовищі, аналізувати їх і відповідно реагувати на них [6]. З огляду на це варто розглянути фактори, які впливають на розвиток готельної мережі Туреччини. На нашу думку, доцільно виділити такі фактори, як природний, науково-технологічний, економічний, соціально-культурний, політичний. Природний фактор пов'язаний із природним туристичним потенціалом країни. У цьому випадку Туреччина має чудові природні умови, оскільки омивається Егейським, Середземним, Чорним і Мармуровим морями. Середземноморський клімат зі спекотним і сухим літом та теплою зимою в регіоні Анталія є передумовою круглорічної туристичної діяльності. Для центральних рівнин країни характерний континентальний клімат зі спекотним і сухим літом та прохолодною зимою. На півночі країни клімат переважно вологий субтропічний. Важливою передумовою розвитку туристичної галузі Туреччини є також рекреаційні ресурси. У країні до таких належать національні парки, гарячі мінеральні джерела, морські узбережжя.

Вплив науково-технологічного фактора пов'язаний з ефективністю надання туристичних послуг у готельно-ресторанному бізнесі. Технологічні досягнення значною мірою доступні всім конкурентам, що зумовлює підвищення рівня конкурентної боротьби в усіх сферах діяльності [6]. Дія економічного фактора проявляється через грошові прибутки споживачів та їхню можливість купувати туристичний продукт. Це стосується як іноземних туристів, так і туристів на внутрішньому ринку. У цьому плані Туреччина проводить зважену політику щодо диверсифікації туристичних потоків, а також стимулює туристичні фірми до формування більш гнучкої цінової політики, для охоплення населення з нижчим рівнем доходів.

Міжнародний фактор пов'язаний зі змінами геополітичного характеру. Передусім, цей фактор є актуальним для підприємств готельної мережі, які першими відчувають зміни та повинні відповідати потребам ринку, вчасно реагуючи на негативні соціальні й політичні явища, що впливають на кількісну та якісну структури іноземних туристів. Приклад такого впливу – загострення міждержавних відносин Туреччини й Російської Федерації наприкінці 2015 р. Як наслідок – скорочення кількості іноземних туристів у Туреччині на початок 2016 р., особливо в тризіркових

готелях класу NV-2. Також потрібно зважати на те, що Туреччина розміщена в безпосередній близькості до районів з активними військовими діями.

Соціально-культурний фактор визначає ідентичність туристичних послуг. Він проявляється в традиціях та нормах суспільства, його культурі й цінностях. Саме ідентичність культурного світогляду, на нашу думку, є одним з основних засад успішної туристичної діяльності будь-якої країни. Унікальний культурний світ (християнський, ісламський, еллінський) та близькість Туреччини до Європейського споживчого туристичного ринку є сприятливим фактором розвитку готельної індустрії.

Характеризуючи особливості готельної індустрії Туреччини, потрібно зазначити, що держава надає величезну підтримку туристичній галузі країни в цілому. Починаючи з 80-х років ХХ ст., для будівництва курортних центрів і готелів, упроваджено низку програм із надання преференційних кредитів та землі в довгострокову оренду. У 1982 р. прийнято закон «Про заохочення туристичного бізнесу», який передбачає значні пільги на тарифи за використання електроенергії, води й газу в районах, які були визначені як пріоритетні для розвитку туризму в Туреччині. Пізніше урядом Туреччини взято курс на розвиток приватного підприємництва, приватизацію, створення вільних економічних зон і перехід до ринкової економіки, що позитивно вплинуло на розвиток туризму загалом. Насамперед, такі економічні перетворення в країні позначилися на туристичній інфраструктурі, а саме: створено розгалужену мережу готелів, кемпінгів, доріг. Особливу увагу приділено відновленню історико-культурної спадщини країни. Як наслідок – збільшення доходів від туризму в 50 разів, порівняно з 1980 р. Наразі Туреччина увійшла до першої десятки найвідвідуваніших країн світу. Щорічні темпи приросту в туристичній галузі Туреччини складає в середньому 10,2 %.

Основними напрямками державної підтримки туристичної галузі Туреччини є податкові преференції й звільнення від сплати податків організації й підприємств, що розвивають внутрішній і в'їзний туризм; виділення коштів із державного бюджету на маркетинг, рекламу, туристичні виставки тощо; надання бюджетних субвенцій і субсидії національним перевізникам, туроператорам, котрі здійснюють розвиток внутрішнього й в'їзного туризму; кредитування на особливих пільгових умовах суб'єктів туристичної діяльності; розвиток транспортної інфраструктури туристичних районів і центрів; пільги на комунальні послуги тощо.

Державна підтримка туристичної галузі Туреччини не обмежується лише вищезгаданими напрямками підтримки. На сьогодні до участі в розвитку сфери туризму Туреччини активно залучається приватний капітал (спілка інвесторів у галузі туризму) та органи місцевої влади. Такий підхід до розвитку туристичної галузі країни взято за основу в «Стратегії розвитку туризму в Турецькій Республіці до 2023 р.». Прийнятий документ відображає сучасний стан і перспективи туристичного бізнесу Туреччини та передбачає досягнення стратегічних цілей реалізацією завдань.

У контексті розвитку готельної індустрії в Стратегії розвитку туризму Туреччини передбачено заходи, які стимулюють туристичний бізнес до формування турпродукту за цінами, що доступні для соціальних груп із низьким і середнім рівнями доходів, із метою задоволення потреб у відпочинку якомога більшої кількості молодого населення різних верств. Особливо позитивно такий крок позначається на готельному бізнесі, оскільки значно стимулює розвиток готелів бюджетного типу.

Важливим для розвитку готельної індустрії є створення туристичного бренду на національному, регіональному й місцевому рівнях, що стимулює відкриття готелів, мотелів і пансіонатів у невеликих містах та містечках. Для розв'язання транспортних та логістичних проблем великих туристичних центрів Туреччини, які розвиваються швидкими темпами, уряд країни запровадив низку інфраструктурних проектів спільно з органами місцевої влади й приватним бізнесом. Такий крок позитивно вплине на готельний бізнес унаслідок кращої транспортної доступності туристичних центрів.

Важливим напрямом ефективної діяльності готельної індустрії є підготовка кваліфікованих кадрів у сфері туризму. У Туреччині створено та впроваджено низку спеціальних освітніх програм для підтримки високого рівня обслуговування туристів у закладах розміщення. Упроваджено систему сертифікації професійних кваліфікацій для підвищення якості послуг, уживання заходів при порушенні стандартів обслуговування. Насамперед це стосується закладів розміщення туристів [8]. На нашу думку, важливою для готельної індустрії Туреччини є також орієнтація на розвиток внутрішнього туристичного ринку. За експертними оцінками, обсяги внутрішнього ринку можуть складати близько 20 млн осіб щорічно.

Важливим для розвитку готельної індустрії країни є пункт, який передбачає розвиток пріоритетних зон туризму, до яких входять міста та їхні околиці. Такий підхід стимулює розвиток окремих населених пунктів на периферії й зробить туризм одним з основних статей доходів. Передусім, такий крок сприяє розвитку готельної індустрії в контексті відкриття мотелів і готелів бюджетного типу. Готелі Анталії – переважно міського типу. Ті що розміщені в районі Лара, мають свої піщані пляжі. Для туристів, котрі розмістилися в районі Коньяалти, пропонується гальковий пляж. У Мармарісі також готелі здебільшого міського типу. Вони розміщені декількома лініями вздовж узбережжя. У деяких є свої пляжі. У Белеке – чотири- та п'ятизіркові фешенебельні готелі. Є такі, які працюють цілорічно. В Аланії пропонують економічні варіанти для проживання. Проте більшість їх узимку закриті. Відмінна особливість дорогих готелів у Фетхіє – наявність маленьких бухт. Економічні готелі наявні також у бухті Олуденіз. Дуже широкий діапазон розміщення в Бодрумі, тут є і скромні хостели, і фешенебельні готелі [4].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, ураховуючи вищесказане, можемо зробити висновок, що готельна індустрія Туреччини характеризуються розвинутою внутрішньою інфраструктурою. Особливостями готельної індустрії країни є:

- більшість готелів Туреччини працюють за системою «Все включено» (All inclusive) – комплексний сервіс та обслуговування в готелі, включаючи розваги й харчування;
- державна підтримка туристичної галузі, що позитивно відображається насамперед на засобах розміщення;
- чітка стратегія розвитку туристичної галузі від готельної інфраструктури, маркетингу до диверсифікації видів туристичних послуг;
- орієнтація готельної індустрії на споживачів із різними доходами;
- високий рівень організації виробництва й обслуговування туристів, ідентичність готельного обслуговування завдяки досвіду використання «готельних ланцюгів»;
- упровадження франчайзингу в готельну індустрію, що дає змогу значно підвищити рівень управління та послуг у засобах розміщення;
- гнучка й зручна система розрахунків у готелях;
- важливими факторами що визначають рівень розвитку туристичної галузі й, зокрема, готельної індустрії Туреччини, є природний, науково-технологічний, економічний, соціально-культурний, політичний фактори.

Джерела та література

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – Київ : Знання країни, 2002 р.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
3. Артемова О. М. Основы гостинности та туризма : навч. посіб. / О. М. Артемова, В. А. Козлова. – Орел : Орел ГТУ, 2005. – 104 с.
4. Данильчук В. Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса : учеб. пособие / В. Ф. Данильчук. – Донецк, 2000. – 146 с.
5. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : Центр учб. л-ри, 2007. – 424 с.
6. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 348 с.
7. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – Київ : Центр учб. л-ри, 2007. – 344 с.
8. Роглев Х. Й. Основы готельного менеджменту : навч. посіб. / Х. Й. Роглев. – Київ : Кондор, 2005. – 408 с.
9. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / кол. авт. ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. – 220 с.

Коцан Наталя, Пасевич Юрий. Особенности и тенденции функционирования гостиничной индустрии Турции. В статье освещаются особенности и тенденции функционирования гостиничной индустрии Турции. Проанализировано современное состояние рынка гостиничных услуг страны. Осуществлена характеристика специфики услуг в различных по классам гостиницах. Рассмотрены факторы и показано их влияние на развитие гостиничной сети Турции. Проанализировано значение гостиничных сетей для туристической индустрии Турции. Определены основные преимущества и особенности франчайзинга в деятельности гостиничных цепей страны. Изучены особенности государственной политики в области туризма Турции. Показаны региональные особенности функционирования гостиниц исследуемой территории.

Ключевые слова: Турция, гостиничная индустрия, туризм, гостиничные цепи, франчайзинг.

Kotsan Natalia, Pasevych Yuriy. Features and Trends of Hotel Industry Operation in Turkey. The article highlights the features and trends in the hotel industry functioning in Turkey. The current state of the hotel services market of the country is analyzed. Characteristic of the specific services of different classes of hotels is revealed. The factors and their impact on the development of the hotel chain in Turkey are studied. Value of hotel chains for the tourism industry of Turkey are analyzed. The main advantages and features of franchising activity in the country hotel chains are observed. The features of the state policy in the field of tourism in Turkey are studied. The regional peculiarities of the studied area of hotels are analyzed.

Key words: Turkey, hotel industry, tourism, hotel chains, franchising.

Стаття надійшла до редколегії
25.05.2016 р.

УДК 359.09

Ігор Смирнов

Українське чумацтво та одеське біндюжництво в контексті розвитку логістики та туризму в Україні

Розкрито значення українського чумацтва як предтечі для розвитку сучасної логістики в Україні. Висвітлено особливості чумацтва в Україні як суспільно-економічного явища, яке змінювалося протягом століть від функцій воїна-торговця, торговця-посередника між виробником та споживачем і, нарешті, до фурщика, візника зі своїми фаховими особливостями.

Ключові слова: українське чумацтво, фахові (транспортно-логістичні) особливості, географічний вимір, одеські біндюжники.

Постановка наукової проблеми та її значення. Українське чумацтво є предтечею розвитку сучасної логістичної галузі в Україні. Це було своєрідне соціально-економічне явище, притаманне господарському життю в Україні протягом X – першої половини XIX ст., яке мало свої етнокультурні особливості. Воно було пов'язане з внутрішніми й міжнародними перевезеннями солі та інших товарів, тому розглядається в курсі логістики туризму та гостинності. Чумаків можна вважати першими логістами-практиками в Україні з оригінальними особливостями життя, побуту, фахової діяльності й навіть фольклором (пісні, оповіді, вірші). Діяльність чумаків має свій логістичний вимір, про що практично не згадується в літературі.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Тема статті, на жаль, не є популярною в публікаціях, навіть в Інтернет-джерелах [1]. В історичному аспекті можна послатися на праці І. Рудченка, Ф. Щербини, М. Новосельського, А. Русова, П. Рябкова (це науковці XIX – початку XX ст.) [1]. Також дослідження пов'язані з працями [2; 3; 4; 5; 6]. Між тим чумацька тема нині отримує новий вимір в Україні, що, зокрема, пов'язане не лише з розвитком логістики, але й зі зміною назв міст згідно із Законом України «Про декомунізацію». Це стосується, передусім, назви міста – обласного центру Кіровограда, який уже отримав нову назву – Кропивницький – та, на нашу думку, його можна було б назвати (на вибір) Чумаком, Чумацьком, Чумакоградом тощо, оскільки протягом XVIII–XIX ст. це була чумацька «столиця» України. Але про це недостатньо відомо в цій області, де серед туристичних атракцій нині про чумаків навіть не згадується.

Мета дослідження – розкрити логістичні особливості явища українського чумацтва та можливості його використання для розвитку сучасної логістичної теорії й практики в Україні.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Чумаки в Україні – це не просто фах, а цілий пласт історії та географії логістики в нашій країні. Як нині складають пісні про водіїв-далекобійників, так колись про їхніх попередників – чумаків – створювали оповіді та вірші. Чумацький епос стоїть обік козацького як мистецький вираз національного обличчя України. Недарма Чумацьким Шляхом в Україні називають скупчення