

УДК 911.3

Баранова І.І.

ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТУРЕЧЧИНИ

У статті аналізується структура готельних мереж Туреччини. Виділені чотири географічні регіони, в яких представлені готельні ланцюги – регіон Центральна Анатолія, Мармуровоморський, Середземноморський та Егейський регіони. Визначено місце готельних мереж у структурі закладів розміщення країни.

The structure of hotel chains of Turkey is analysed in the article. There are four geographical regions marked out in which hotel chains are presented – Central Anatolia Region, Marmara region, Aegean Region, Mediterranean Region. Determine the importance of hotel chains in the living institution structure of Turkey.

Постановка проблеми. Індустрія гостинності - одна з найбільших галузей світової економіки, що розвивається швидкими темпами. Будівництво нових готелів істотно підвищити привабливість туристського регіону, збільшує потік до нього відпочиваючих і, навпаки, застаріла готельна база може стати причиною спаду туристської активності, зниження його конкурентоздатності регіону на ринку туристичних послуг.

Важливу роль у розвитку сучасного готельного бізнесу відіграють готельні ланцюги. Об'єднання засобів розміщення у професійні організації сприяє створенню однакових вимог до якості готельних послуг та їх специфікації, розробці комплексної маркетингової стратегії просування готелів на світовий ринок. Готелі, які входять до ланцюгів мають на 60% більший прибуток і на 8% більшу заповнюваність, ніж самостійні підприємства. За даними ВТО у світі діють 16 млн. готелів, з яких 20% відноситься до готельних мереж.

Актуальність дослідження. Туреччина належить до курортних країн з добре розвинутою готельною мережею, третину в якій посідають готельні ланцюги. Оскільки, індустрія гостинності є винятково прибутковою сферою економіки Туреччини, розгляд готельних ланцюгів, їх ролі в індустрії туризму, перспектив розвитку є актуальним, що і зумовило вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема готельних ланцюгів добре висвітлена в літературі. Її вивченням займалися такі автори як Шматько Л.П., Жолобова Л.В., Ляшко Г.І., Маркин П.П., Ушаков Д.С., Хмелев В.В., Федорченко В.К., Рассохин О., Смирнова М., Трохимова О.О. та інші. Готельні ланцюги Туреччини на сьогодні мало досліджені.

Мета статті та постановка завдання. Метою статті є дослідження місця готельних ланцюгів на ринку готельного господарства Туреччини. Досягнення зазначеної мети можливе через вирішення наступних завдань:

- визначення готельних ланцюгів, що діють на ринку готельних послуг, їх систематизація;
- визначення спеціалізації готелів, що входять до готельних ланцюгів, закономірностей розміщення;
- з'ясування регіонів поширення основних готельних ланцюгів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гостинність - це процес прийняття і обслуговування гостей. Індустрію гостинності складають різні засоби колективного й індивідуального розміщення: готелі, мотелі, молодіжні хостели, гуртожитки та ін. Готель – стаціонарний тип закладу розміщення туристів, який характеризується високим рівнем матеріально-технічної бази та сервісу, широкими можливостями організації комплексного обслуговування [1, с. 112]. Під готельними послугами

розуміють дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщенням і тимчасовим проживанням [2, с. 27]. Готельні ланцюги – форма об'єднання готельних підприємств для забезпечення економічної ефективності діяльності та конкурентоздатності на ринку послуг за рахунок високої якості обслуговування [4, с. 138-146]. Готелі, що входять у готельний ланцюг, мають єдину систему стандартів обслуговування, однакові умови і зручності. Стандарти обслуговування є комплексом обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів.

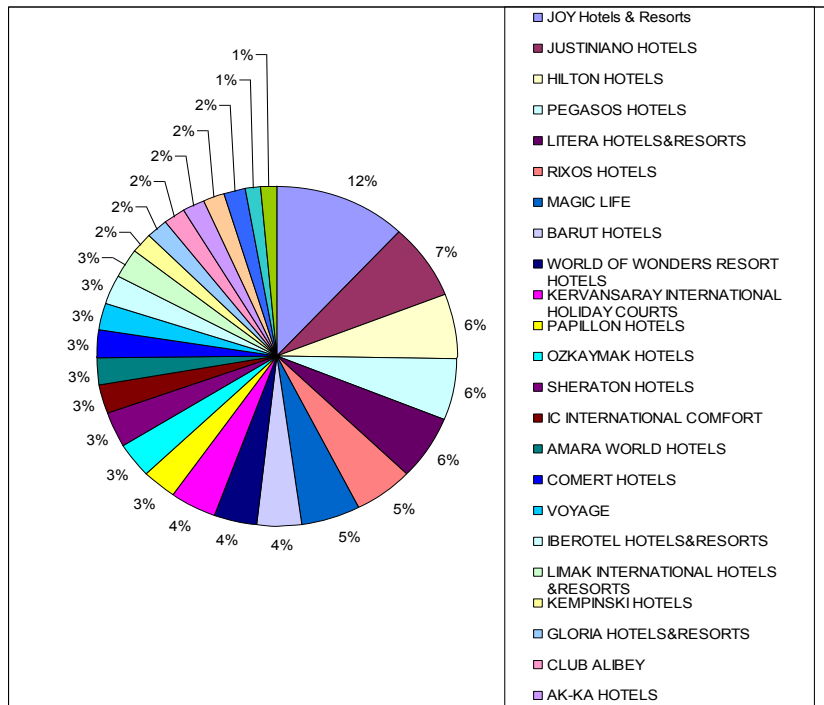


Рис.1. Структура готельних ланцюгів

Під час розгляду готельних послуг як продукту розрізняють три рівні: перший – окремі послуги і групи послуг (послуги покоївок, порт'є, кухні та ін.), другий – продукт «готель» як комплекс послуг і третій – розширений продукт, який доповнюють додаткові послуги (замовлення квитків, екскурсії і т. ін.) [5, с. 202].

У Туреччині нараховується близько двох з половиною тисяч готелів, 30% з яких належать до готельних ланцюгів. Готельна база Туреччини постійно оновлюється. Щороку на узбережжі з'являються нові готелі, які прагнуть перевершити конкурентів розкішню інтер'єрів, асортиментом пропонованих послуг і рівнем сервісу. Сітьовий готельний ринок Туреччини достатньо різноманітний і представлений переважно міжнародними готельними мережами - Hilton, Kempinski. Національні готельні мережі, зокрема Rixos, Amara, Barut та ін., посідають на туристичному ринку Туреччини більш скромне місце. Однією з перших

готельних мереж, що відкрила свої готелі в Туреччині, була мережа Joy. Нині Joy Group - одна з найбільших туристичних компаній країни, що володіє 18 готелями, здатними одночасно прийняти 20 тисяч туристів. 14 готельних комплексів групи належать до категорії "п'ять зірок". Майже всі готелі цього ланцюга розраховані на сімейний відпочинок з дітьми.

На другому місці за кількістю готелів знаходиться мережа **Justiniano**, яка налічує **12** готелів зірковістю від **3*** до **5***. Одинадцять з них є готелями курортного типу і розташовані переважно вздовж узбережжя Середземного і Егейського морів, а один готель належить до бізнес-типу і побудований в Анкарі. Це один з небагатьох ланцюгів, який розрахований на всі прошарки населення, всі вікові групи, призначені як для активного молодіжного відпочинку, так і для спокійного сімейного відпочинку з дітьми.

Третє місце за кількості готелів ділять мережі Pegasos, Litera та Hilton. Мережа Hilton у Туреччині представлена трьома готелями суто ділового класу, які знаходяться у Стамбулі, одним з найкомфортніших курортних комплексів у Фетхіє та готелем у місті Ізмир, який підійде як для перебування під час ділової чи екскурсійної поїздки, так і для пляжного відпочинку. Готельний ланцюг Pegasos налічує близько 10 готелів, які пропонують високоякісне обслуговування й прекрасно підходять для відпочинку під час як ділових, так і туристичних поїздок. Мережа Litera hotels&resorts складається з 9 курортних готелів, 5 з яких знаходяться в Бодрумі. В основному, всі готелі належать до 4*. Серед інших мереж, які представлені у Туреччині, можна виділити Barut Hotels Cennet, World Of Wonders, Kervansaray, Papillon, Ozkaymak, Sheraton, International Comfort, Amara World, Voyage, Iberotel, Kempinski, Gloria Hotels&Resorts, Club AliBey, Kirman та ін.

Готельні ланцюги представлені на курортах чотирьох географічних регіонів: Егейському, Мармуровоморському, Середземноморському, Центральній Анатолії.

Ділові столиці Туреччини Анкара та Стамбул мають добре виражену частку ділового туризму, тому готельні ланцюги цих районів представлені саме діловими готелями з якісним сервісом та різноманітною інфраструктурою. Загальна частка готельних мереж у цих двох ділових регіонах становить близько 9% від загальної кількості готельних мереж, представлених у країні.

У Мармуровоморському регіоні готельні ланцюги представлені недостатньо. Загальна частка готельних мереж в даному регіоні складає лише лизько 5%. У Стамбулі переважають ділові готелі таких відомих ланцюгів як Kempinski та Hilton, в Улудазі представлені зимові курортні готелі мереж Kervansaray та WOW. На Стамбул припадає майже половина всіх існуючих готелів мережі Hilton країни та третина мережі Kempinski

Регіон Центральна Анатолія розміщується в центрі і займає 18% площі всієї країни. До складу цього великого регіону входить 13 провінцій, сільсько-готельна база представлена лише у двох із них - столиці Туреччини Анкарі та місті Конья. Всього у даному великому регіоні нараховуються лише 5 готелів, представлених ланцюгами, що складає лише 3% від всієї ланцюгової бази країни. Серед ланцюгових готелів є відносно недорогі, зокрема, Justiniano Hotels та Ozkaymak Hotels, а також готелі класу «люкс» - мережа Rixos Hotels та Hilton Hotels.

До курортних регіонів належать Егейський та Середземноморський. Тут представлені 91% всіх наявних у Туреччині ланцюгів. Загалом, всі готелі даних двох регіонів належать до курортних.

До складу Егейського регіону входять такі курорти, як Ізмир, Бодрум, Мармарис, Фетхіє та 12 готельних мереж різного рівня, як недорогих, таких як Pegasos Hotels та Litera Hotels&Resorts, так і фешенебельних готелів класу «люкс» - Kempinski Hotels, Rixos Hotels та ін. На регіон припадає 20% готельних мереж країни. Загалом весь регіон – екологічно чиста заповідна зона. Для нього характерна ярусність готелів. Зірковість готелів в даному регіоні різна – від 3* до 5*, так само як і віддаленість від моря. Готельна мережа Litera Hotels&Resorts, яка включає в себе 9 готелів, розміщується лише тут. На неї припадає 31% сільських готелів даного регіону. На другому місці за місткістю знаходяться готелі Voyage. Третє місце між собою ділять Magic Life та Iberotel Hotels&Resorts.

Курорти Кемеру, Анталії, Белеку, Сіде та Аланії належать до Середземноморського регіону. Це найбільший курортний регіон Туреччини, що приймає максимальну кількість туристів. На регіон припадає 71% готелів всіх наявних в Туреччині готельних ланцюгів. Тут присутні майже всі наявні в країні готельні ланцюги, окрім Litera Hotels&Resorts. 13 готельних ланцюгів представлені виключно у цьому регіоні, інші – більшою мірою. І лише у власності Voyage, Kempinski Hotels, Kervansaray Holiday Courts знаходиться лише по одному готелю.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що на території Туреччини розміщення готелів готельних ланцюгів носить нерівномірний характер. Найбільше скупчення готельних ланцюгів спостерігається у Середземноморському регіоні, що пов'язано з тим, що тут найкраще розвинена інфраструктура та бездоганні умови для відпочинку, тому саме сюди інвестується значна частина коштів на будівництво нових готельних ланцюгів. Даний регіон є найбільш перспективним з точки зору курортного відпочинку. На другому місці знаходиться Егейський регіон. Тут представлені, в основному, готельні ланцюги люкс класу, розраховані на туристів з високим рівнем доходів. Готельні ланцюги інших двох регіонів орієнтуються на діловий та екскурсійний туризм, тому тут переважають бізнес-готелі таких відомих мереж як "Hilton", "Rixos", "Kempinski". Оскільки Туреччина продовжує посідати лідируючі позиції на ринку туристичних послуг, то напрямки розширення ланцюгової готельної бази є перспективними.

1. Менеджмент туризму. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. ... Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник – К.: Альтерпрес, 2004. 2. Шевніна Л.Є. Англо-українсько-російський словник термінів туристичного та готельного обслуговування: посібник для турагентів, робітників готелів та туристів / Л.Є. Шевніна. – Запоріжжя: видавець Глазунов С.О., 2005. – 140 с. 3. Биржаков М.Б. Большой глоссарий терминов международного туризма. The Great glossary of terms for the international tourism / М.Б. Биржаков, В.И. Никифоров. – СПб.: Герда, 2006. – 936 с. 4. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов: учеб. пособие / Т. Л. Тимохина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 352 с. 5. Пуцентайло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. / П. Р. Пуцентайло. – К.: Центр навч л-ри, 2007. – 344 с. 6. <http://www.all-hotels.ru/>