

УДК 338.488.2(560):338.485(477)

ДОСЯГНЕННЯ ТУРЕЧЧИНИ У ЗАСТОСУВАННІ СИСТЕМИ ГОСТИННОСТІ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНЕ» В ТУРИЗМІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ (ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ)

Ігор Смирнов

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Проспект Глушкова, 2а, Київ 01601 Україна, тел. (044) 521-32-70
e-mail:geographi@univ.kiev.ua*

Висвітлені особливості, переваги та проблеми однієї з сучасних ефективних технологій готельно-ресторанного обслуговування туристів. Аналізуються логістичні особливості системи „Все включене”, зокрема узгодження обсягу закупівель необхідної сировини та готових виробів з обсягом і структурою туристопотоку, що обслуговується. Описано досвід готелів Туреччини в розвитку системи „Все включене” та запропоновано напрями впровадження цієї системи в Україні, зокрема в Криму та в Карпатському регіоні.

Ключові слова: система гостинності, «все включене», логістичний аспект.

Світова система туризму та найбільш динамічні туристичні країни, серед них Туреччина, Китай, Таїланд, країни Карибського моря, Єгипет, – нині з успіхом застосовують новітню ефективну систему готельно-ресторанного обслуговування туристів „Все включене” (англ. all inclusive). Вона має свої переваги і для споживачів (гостей, туристів), і для готелів. Значний позитивний досвід з розвитку системи „Все включене” накопичила Туреччина, це один із складників турецького „туристичного дива”. Цей досвід цікавить і Україну, де впровадження системи „Все включене” щойно починається. Обслуговування за системою „Все включене” передбачає й логістичне забезпечення (отже, свою систему логістики), про що в літературі з логістики туризму практично не згадується.

Літературні джерела та публікації на тему статті нечисленні і переважно стосуються напрямів „міжнародний туристичний бізнес” [1; 2; 9; 10; 11], «логістика туризму» [3; 4; 5; 6], «готельно-ресторанний бізнес» [7; 8; 12].

Метою статті є висвітлення суті, переваг та проблем системи „Все включене”, географії застосування, зокрема досвіду готелів Туреччини, логістичних проблем та можливостей системи, а також напрямків її впровадження в Україні.

Інтенсивний розвиток туризму як пріоритетної галузі економіки країни, розпочався в Турецькій республіці з 80-х років ХХ ст. Цьому сприяло прийняття де-

ржавної програми надання преференційних кредитів і землі у довгострокову оренду з метою спорудження курортних центрів і готелів. На той час (1980р.) кількість туристів у світі становила 284 млн, а до 2009 р. зросла в 3,1 рази (880 млн). Туреччина ж за цей час зробила грандіозний стрибок: кількість її відвідин туристами зросла в 17 разів. І якщо в світі доходи від туристичної сфери за ці роки зросли майже в 9 разів, то в Туреччині – більше ніж у 52 рази. Частка Туреччини на світовому туристичному ринку 1980 р. становила 0,45%, а 2009 р. досягла майже 3%. У 2009 р. за обсягом в'їзного туризму Туреччина посіла 9-те місце в світі, за обсягом доходу від туристичної сфери – 8-ме. І увійшла до першої десятки найвідвідуваніших країн світу. Нині щорічно цю країну відвідує близько 20 млн іноземних туристів з 80 держав світу (порівняно з середньорічним показником у 250 тис. у 80-х роках), а доходи за їхнє обслуговування досягли 2009 р. майже 16 млрд дол. США (що становить чверть обсягу турецького експорту). Туризм є однією з галузей турецької економіки, що найбільш динамічно розвиваються – в середньому 10,2% на рік, за прогнозами фахівців ці темпи збережуться і в наступному десятиріччі (до 2020 р.), що визначає Туреччину як державу, що демонструє «туристичне диво».

Прийнятий закон 1982 р. № 2634 про заохочення туризму передбачав значні стимули для розвитку галузі: пільгові тарифи на електрику, воду та газ у пріоритетних районах (а ними були визнані Анатолійська рив'єра з курортними центрами Анталія, Кемер, Лара, Белек, Сіде, Аланія; узбережжя Егейського моря з курортними центрами Мармаріс, Фетхіє, Бодрум, Кушадаси; центр цілорічного екскурсійного та шоп-туризму Стамбул); звільнення в цих районах від окремих податків та зборів; податкове кредитування для тих, хто діяв у галузі туристично-готельного бізнесу. В 1983 р. до влади прийшов уряд Т.Озала, який взяв курс на приватизацію, відмову від регулювання цін, лібералізацію імпорту, розвиток приватного підприємництва, та перехід до вільної ринкової економіки, що дало свої позитивні результати. В межах цієї політики в Туреччині почали створювати вільні економічні зони, які відіграли значну роль у розвитку сфери туризму. За короткий проміжок часу, не без використання іноземних (передусім німецьких) інвестицій була створена розгалужена мережа готелів, кемпінгів, побудовані дороги, почалася підготовка висококваліфікованих гідів із знанням основних європейських мов, більше уваги почали приділяти реконструкції та відновленню історичних пам'яток.

Уряд Туреччини провадить цілеспрямовану політику стимулювання туристичної діяльності, оптимізації інфраструктурних і транспортних умов прийому туристів, активізації просування турецького турпродукту на міжнародному ринку, на реалізацію якої на регулярній щорічній основі спрямовуються значні бюджетні кошти. Так, 2009 р. лише рекламний бюджет Міністерства культури і туризму Туреччини становив 70 млн дол. США (за загального бюджету міністерства 80 млн дол. США). Турецькі фахівці підраховали, що кожний вкладений в рекламу долар дає 25 доларів збільшення обсягу продажу туристичної продукції Туреччини. З огляду на зазначене та у зв'язку з тим, що туризм є провідною галуззю економіки Туреччини,

2007 р. було ухвалене рішення про об'єднання міністерства туризму та міністерства культури Туреччини в єдиний орган виконавчої влади з метою створення допоміжних механізмів збереження культурної спадщини країни. Міністерство культури та туризму Турецької республіки розглядає туризм як інструмент ефективного використання культурного потенціалу та перетворення його на турпродукт, конкурентоспроможний на міжнародному ринку, з метою залучення більшої кількості іноземних туристів до відпочинку в Туреччині та збільшення валютних надходжень до державного бюджету. При цьому до участі в розвитку сфери туризму в країні заохочуються як приватний капітал (з цією метою створено спілку інвесторів у галузі туризму), так і регіони (місцева влада), що володіють туристично-рекреаційним потенціалом і ресурсами. Саме такий підхід знайшов вираження у «Стратегії розвитку туризму в Турецькій республіці до 2023 р.» (коротко «Стратегія-2023»), в якій визначені нові перспективи зони розвитку туризму Туреччини, зокрема, зони розвитку культурного (пізнавального) та термального туризму Афродізія, Троя та Фирг, зона розвитку культурного туризму Кападокія, зона історико-пізнавального туризму Урарту тощо (рис. 1). «Стратегія – 2023» передбачає й розвиток туристично-транспортної інфраструктури (коридори «Західно-Причорноморський», «Шовковий шлях», «Туристичного плато», «Зимового туризму»; морські порти тощо). «Стратегія-2023» має на меті поступове перетворення

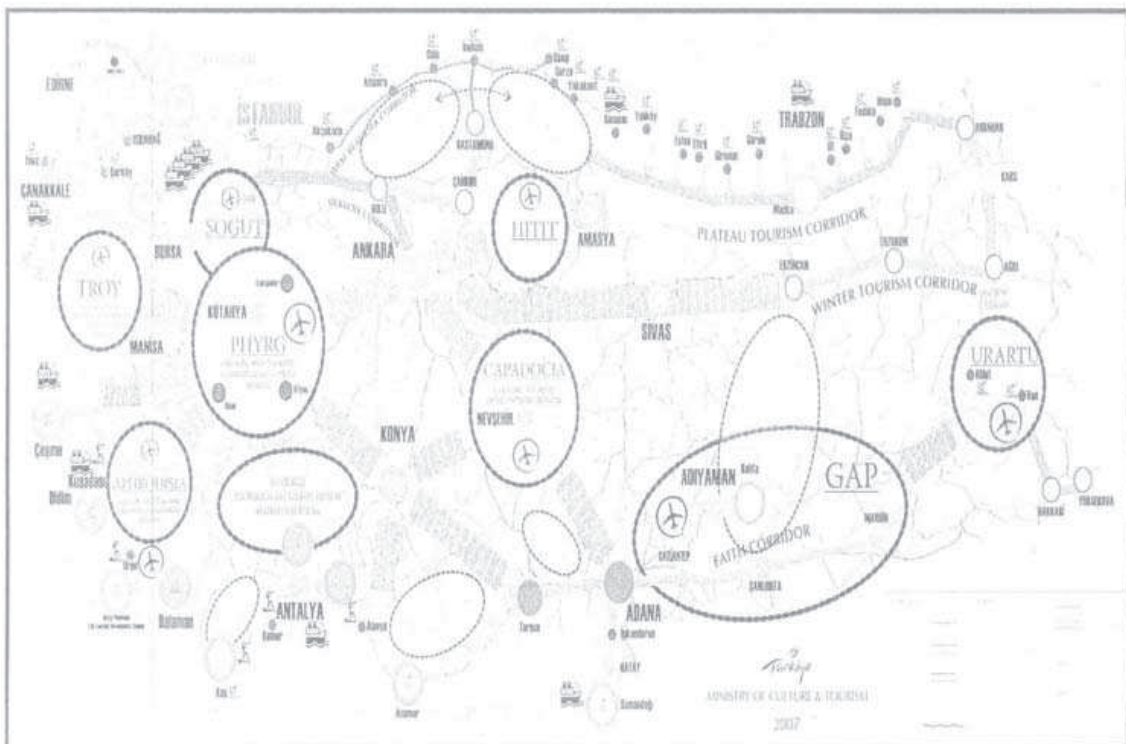


Рис. 1. Перспективні зони розвитку туризму Туреччини за програмою «Стратегія-2023»

Туреччини в цілорічний напрямок виїзного туризму (хоча перевага відпочинкових – пляжних турів поки що не викликає сумнівів) завдяки активній політиці влади, спрямований на розвиток центрів пізнавального туризму, гірськолижних курортів, а також збільшення кількості приморських оздоровниць, що працюють постійно та приваблюють туристів як низькими цінами, сучасними аквакомплексами під дахом, так і безкоштовними екскурсіями країною. «Стратегія-2023» передбачає окремий план розвитку туристичного бізнесу в Стамбулі, потенціал якого використовується, на думку турецьких фахівців, поки що недостатньо – для цього призначені капіталовкладення в 3 млрд дол. США. На думку проектувальників, існує можливість для збільшення кількості туристів у Стамбулі у 20 разів – з 2,5 млн у даний час до 50 млн (для порівняння: подібні показники для Парижа та Лондона становлять нині 65 млн та 75 млн відповідно). Завдяки реалізації загальнонаціональної програми розвитку туризму, якою є «Стратегія-2023», доходи від цієї галузі Туреччини в найближче десятиріччя мають зрости до 20 млрд дол. США.

Однією із головних переваг туристичної Туреччини (окрім, звісно, туристичних ресурсів) є її готельна база: ніде в світі немає таких готелів і такого сервісу, як на турецьких курортах. Це одна з готельних індустрій на планеті, що розвивається найбурхливіше. Практично щотижня десь у Туреччині відкривається новий готель, а технології обслуговування гостей викликають подив навіть у бувалих мандрівників і туроператорів. Передусім це стосується міжнародної системи гостинності «Все включене».

Нині відому і популярну в міжнародному туризмі систему „Все включене” першою почала використовувати в системі клубного відпочинку 50-х рр. нині всесвітньо відома французька компанія Club Mediterranean (або Club Med). З кінця 60-х років систему „Все включене” з успіхом застосували на деяких океанських лайнерах, що здійснювали круїзи Карибським морем. У 70-х роках народилася ідея зробити цю концепцію „сухопутною”. З’явився навіть цілий острів „All Inclusive” – Кайо-Ларго біля берегів Куби. Одним з перших готелів з повноцінною системою „Все включене” став „Negril Beach” на Ямайці, відкритий 1976 р. (сучасна назва готелю – „Hedonism II”). Система „Все включене” так би і залишалася екзотичною формою відпочинку на „райських островах”, якби наприкінці 80-х років її не почала копіювати та масово впроваджувати в свій туристичний бізнес Туреччина. Нині в Туреччині за цією системою працюють 86% готелів, у Домініканській Республіці – 95%, Таїланді та Китаї – 70%, Єгипті – 35%, Тунісі та Кіпрі – 20% тощо (табл. 1). До країн, що застосовують систему „Все включене”, нині приєдналася Чорногорія, Болгарія, Хорватія і, навіть, Фінляндія. За даними досліджень російського туроператора „Мегаполіс турс” (Москва), за останні п’ять років кількість готелів, що працюють за схемою „Все включене” в цих країнах, зросла в тричі.

Таблиця 1

Країни – рекордсмени системи „Все включене” (за часткою готелів, що працюють за цією системою)¹

Країна	Частка готелів, що працюють за системою „Все включене”, %
Домініканська Республіка	95
Країни Карибського басейну	90
Туреччина	86
Таїланд	70
Китай	70
Мальдівська Республіка	50
Єгипет	35
Кіпр	20
Туніс	20

Концепція та зміст системи „Все включене” залежить від зірковості готелю (табл. 2). Вона є найбільш вигідною для 4-5 зіркових готелів але оскільки система „Все включене” подобається 99% любителів пасивного відпочинку, то дедалі більше готелів категорії 2-3 зірки стали переходити до цієї системи.

Таблиця 2

Зіркова залежність: концепція та зміст системи „Все включене” залежно від „зірковості” готелю^{2*}

Категорія готелю (кількість зірочок)	Особливості концепції та змісту системи „Все включене”
5*	Годують практично цілодобово: сніданок, другий сніданок, закусокні на пляжі, біля бару, морозиво в день, підвечірок із свіжою випічкою, вечерея. Окрім головного ресторану гості готелю можуть обідати та вечеряти в ресторанах „а-ля-карт”, де замовляють страви. Якщо п’ятизірковий готель пропонує „Все включене ультра” (англ. „Ultra all Inclusive”), то до перелічених послуг додають безкоштовні свіжовичавлені соки.
4*	На пляжі може працювати закусокна, а також бар біля басейну. Безкоштовно нададуть спортзал, інколи джакузі.
2-3*	Приваблюють доступною ціною. Меню щоденно одне і те саме. Алкогольні напої місцевого виробництва. Коктейлі в барах можуть бути далекими від оригінальних рецептів. Міні-бар у номері безкоштовно поповнюється лише водою.

У чому ж полягають суть і принадність для туристів системи „Все включене”? Насамперед у тому, що турист за фіксовану плату отримує необмежену кількість їжі та напоїв (як правило, це 3-5 - разове харчування типу „шведський стіл”). Популярність системи „Все включене” серед інших систем пояснюється частково психологічним чинником: можливістю вже на стадії купівлі путівки обмежити свої

¹ Складено автором за [7, с. 26].

^{2*} Складено автором за [9].

майбутні витрати конкретною сумою, що є особливо актуальним за умов сучасної кризи та тотальної економії.

До речі саме світова нафтова криза 70-х років послужила поштовхом до масового впровадження системи „Все включене”: люди тоді стали менше подорожувати, що негативно вплинуло на міжнародний туризм, тому фахівці туристичного бізнесу замислилися над тим, як стимулювати попит. Як антикризове рішення система „Все включене” активізувалося в 2009 році. Приміром, її почали застосовувати гірськолижні курорти Лапландії (Фінляндія), а одним з перших був готель Lapland Hotel Sirkantahti (курорт Леві). Директор цього готелю А. Вуорентауста зазначив, що за умов кризи, коли туристичний потік скоротився, постала необхідність створювати турпакети, більш привабливі для родинного бюджету. Однією з таких пропозицій було включення в ціну туру „шведського столу” з вином і пивом без обмежень, а також абонементи на прокат спортивного обладнання та підйомників. Керівництво готелю слушно вважало, що збитковою така система не буде, адже туристи їдуть до Лапландії не для надмірного споживання алкоголю, а, насамперед, задля спілкування з природою, занять спортом на відкритому повітрі, затишної, приязної атмосфери.

Своєю чергою, система „Все включене” надає переваги, зокрема в логістиці, самим готелям. Оскільки клієнт платить за все й одразу, є можливість заздалегідь максимально точно визначити (виходячи з кількості відпочивальників), скільки продуктів треба закупити та доправити в готель, а також, у який спосіб можна зекономити на харчуванні. На перший погляд система „Все включене” може видаватися збитковою для готелю, адже туристи їдять і п’ють скільки хочуть. Однак, як показала практика, потреби туристів у харчуванні не є безмежними, вони мають свої біологічні межі, під які можна підлаштуватися з вигодою для себе. Приміром, середньостатистичний відпочивальник цілком вкладається у вартість, що відведена на їжу: для п’ятизіркового готелю (в Туреччині, Єгипті, Греції) за сім днів ця сума становить пересічно близько 150 дол. США, що звичайно не перевищує 20% вартості путівки.

За спостереженнями готельєрів, витрати продуктів можуть перевищувати середньостатистичні показники, лише в перший – другий дні після масового заїзду гостей, а потім вони помітно знижуються. На думку генерального директора готелю Amora Dolce Vita в Кемері (Туреччина) Р. Джошкуна, це пояснюється тим, що спочатку люди накидаються на їжу, однак дуже швидко цей психологічний ажіотаж спадає, оскільки їжа не закінчується. Щонайбільше 17 осіб із 1700 (тобто 1%) заповнюють свої тарілки понад той обсяг, що визначений на період усього відпочинку. Решта споживають потроху різноманітної їжі.

Середню потребу продуктів у розрахунку на одного гостя кожний готель визначає на підставі власної статистики. Щоб мати точні дані, закордонні готельєри провадять ґрунтовні дослідження, зокрема специфіки „національного споживання”. Для цього туристи з різних країн отримують наручні браслети різного кольору (ніби

для ідентифікації), а персонал (чи спеціальна група представників туркомпаній) ретельно стежить та записує, скільки та ким спожито алкоголю та додаткових послуг. Отримані результати слугують підставою для коригування цінової політики. Приміром, у ході таких досліджень у готелях Туреччини та Єгипту було виявлено підвищене споживання алкоголю фінськими туристами, в результаті готелі припинили працювати з цим ринком. Інший приклад пов'язаний з надмірним споживанням пива німецькими туристами: як результат, деякі турецькі готелі створили власні міні-броварні (це виявилось дешевше, ніж закуповувати та доправляти пиво імпортованого і навіть місцевого виробництва). При цьому такі міні-пивзаводи окупилися за один сезон.

Хоча туристи, купуючи путівки за системою „Все включене”, оплачують „весь стіл”, його ціна за неточного розрахунку ризикує виявитися неконкурентноспроможною. Тому, крім визначення обсягу споживання, для готелю дуже важливо зробити „шведське меню” різноманітним і мало витратним, попередньо визначивши „формулу” оптимальної кількості їжі на шведському столі та її вартості. При цьому кожний готель самостійно шукає баланс: щоб і гості були ситі, і зайвих залишків не утворювалося. Звичайно, такий пошук вимагає декількох сезонів і ретельних підрахунків: чи може кошторис системи дозволити, для прикладу, п'ять сортів пива або десять страв із морепродуктів. Методом подібних спостережень готель набуває досвіду, часто працюючи собі в збиток.

За висновками турецьких готельєрів, технологія „Все включене” виправдовує себе, якщо щоденні залишки їжі не перевищують 5%. Щоб цього досягнути, готелі, приміром, розширюють асортимент. Виявляється, що більше страв на шведському столі, то у менших кількостях гості накладають їжу до своїх тарілок. Те саме стосується і часу подання ласощів, приміром, коли в турецьких готелях морозиво стали пропонувати цілодобово, а не лише в певні години дня, обсяги його споживання зменшилися.

З логістичного погляду, істотним є вплив ціни закупівель на вартість столу в системі „Все включене”. Як правило, готелям вдається економити, самостійно вирощуючи деякі фрукти та овочі. Однак якщо якісь продукти потрібні в дуже великих кількостях (наприклад, щоденна потреба турецьких готелів у літній сезон становить 2 тис. тон кавунів на 1 тис. відпочивальників), то їх вигідніше купувати в місцевих виробників (фермерів), адже свої теплиці або плантації – це додаткові витрати, у тому числі на утримання персоналу.

Ще один приклад економії в системі „Все включене”: продукти, що залишилися після сніданку, переходять на обід, а з обіду – на вечерю або з одного ресторану до іншого. Це вважається нормальною практикою, оскільки залишки м'ясної нарізки чи свіжих овочів цілком придатні для приготування гарячих страв (солянка, борщ). У такий спосіб зменшуються відходи. Готелі категорії нижче п'яти зірок часто економлять, замінюючи натуральні соки соковими напоями тощо.

Отже, система „Все включене” має чіткий логістичний вимір, який полягає (рис. 2):

- 1) в здійсненні рутинних операцій постачальницької логістики в ресторанному бізнесі, коли виконуються операції з пошуку та добору кращих постачальників (причому переважно вітчизняних, місцевих, зокрема, для постачання продовольчої сировини), укладання з ними договорів, доправлення та зберігання сировини і готових виробів, їх надходження у виробничий процес ресторану за потребами;
- 2) у поліпшенні координації потреб туристопотоку (за обсягом і структурою) з можливостями ресторанного виробництва з приготування страв, оскільки за системою „Все включене” обсяг і структура очікуваного туристопотоку відомі заздалегідь і є сталими;
- 3) у застосуванні та вирішенні класичної задачі логістики „Зробити чи купити” (МОВ, Make or Buy), причому в двох варіантах. За першим власне виробництво готелю може доповнюватися ринковими поставками у разі збільшення обсягу туристопотоку (і відповідних потреб) у сезон (це стосується споживання продовольчих товарів – кавунів, інших фруктів, овочів тощо). За другим варіантом може здійснюватися перехід від ринкових поставок (зокрема закордонних) до створення власного виробництва готелю за умови великого та сталого обсягу споживання цього продукту туристами (приміром пива, зокрема імпортованого). Можна знайти й інші логістичні аспекти та шляхи застосування логістики в системі „Все включене”, наприклад, збільшення чисельності обслуговуючого персоналу в сезон відповідно до зростання потоку гостей тощо.

Окрім описаних переваг система „Все включене” має і недоліки, що впливають насамперед на мотивацію та кількість персоналу. Оскільки туристам немає потреби витратитися додатково понад вартість путівки, то персоналу рідше трапляються чайові. Відповідно у працівників готелів зникає стимул підтримувати якість обслуговування на належному рівні, отже, менеджменту доводиться докладати особливих зусиль, щоб забезпечити достойний сервіс. До того ж система „Все включене” вимагає збільшеного штату працівників. За висновками турецьких готельєрів, якщо в готелі проживає 700 осіб, то тільки в ресторані будуть потрібні не менше 60 поварів та офіціантів. Заради економії готелі набирають некваліфікованих сезонних працівників. Зрозуміло, що за таких умов очікувати суперсервісу не доводиться. Як вважає комерційний директор компанії TEZ TOUR в Україні А. Маслов, тільки готелі високого класу, путівки до яких коштують декілька тисяч доларів, можуть підтримувати належний рівень обслуговування [7; 23].

Пропозиції „Все включене” приваблюють найчастіше невибагливу публіку, від поведінки якої готелі можуть зазнати непередбачених збитків. Як зауважили турецькі готельєри, російські туристи часто беруть по три бокали пива на кожного, але випити все за один раз не можуть, отже, залишки виливають. Зрозуміло,

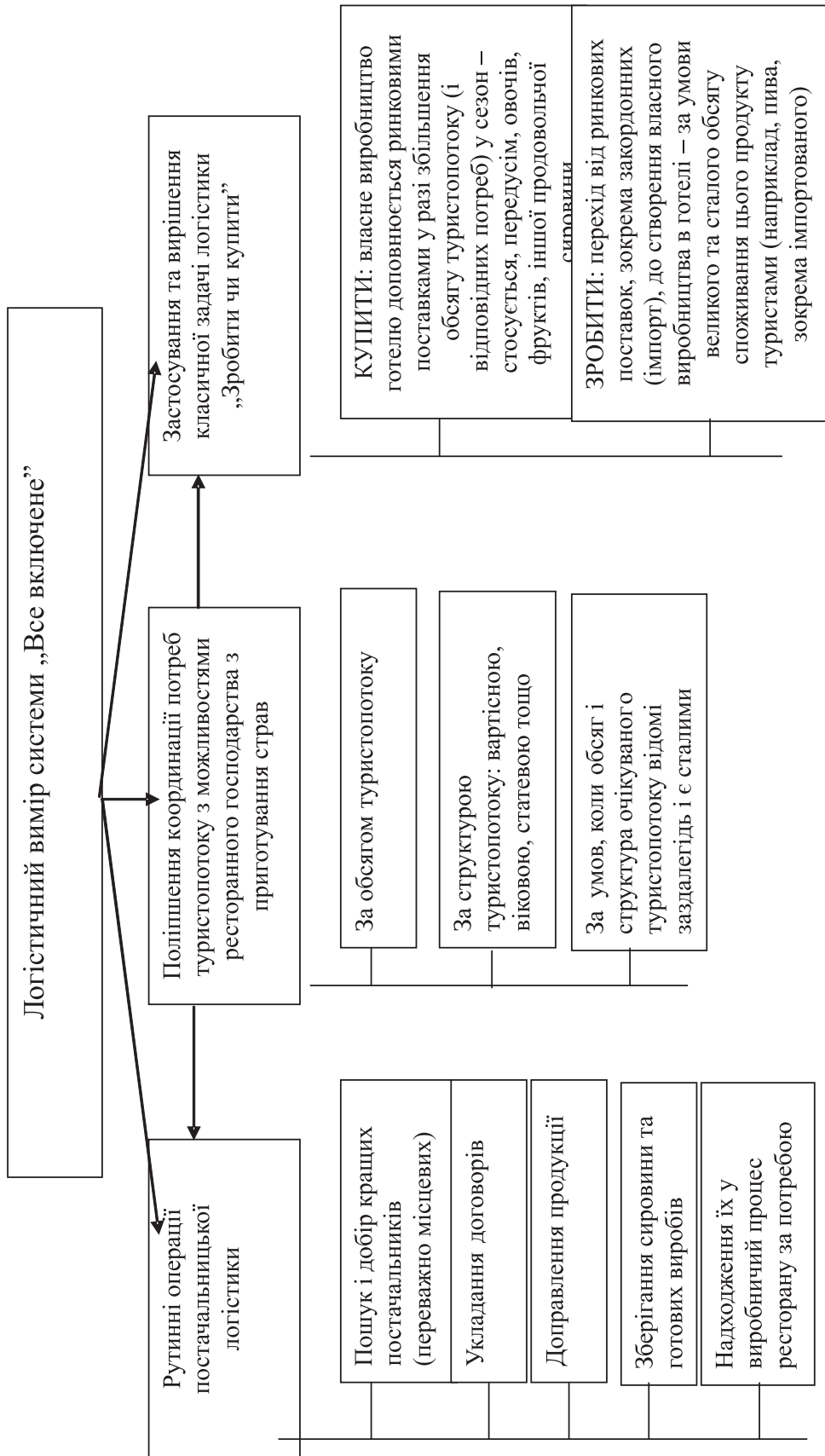


Рис. 2. Логістичний вимір системи „Все включене”¹

¹ Авторська розробка

що путівка покриває такі витрати, але при цьому прибутки готелю зменшуються. Приміром, за попередньої системи харчування „напівпансіон” турецький готель за 60% наповненості гостями отримував від сектора харчування 50% прибутку. За системи „Все включене” наповненість готелю зростає до 98%, але сектор харчування забезпечив ледве 20% загального прибутку. Отже, вважають турецькі фахівці, для готелів середнього класу система „Все включене” не вигідна. Але при цьому вони додають, що, враховуючи „любов” туристів до системи „Все включене”, перехід на іншу систему призведе до банкрутства. Тому турецькі готелі продовжують використовувати систему „Все включене”, як свою конкурентну перевагу на туристичному ринку. Приміром, в Іспанії туристи змушені витратити до 1 тис. євро за напівпансіон, і ще стільки ж – на додаткове харчування; турецька система: „Все включене” пропонує за цю суму і те, і інше. Тому багато турецьких готельєрів вважають систему „Все включене” своїм «рятівним колом» (наприклад, директор мережі готелів „Cornelia Deluxe Resort Otel” Х. Дуран).

Як свідчить турецький досвід, особливо негативно система „Все включене” впливає на готелі, побудовані на початку 90-х років. Через зменшення прибутків їхні власники не мають можливості інвестувати у відновлення матеріально-технічної бази, готелі швидше „зношуються” (оскільки туристи не виходять за його межі). Як наслідок, багато готелів втрачають свою престижність, а інколи – і зірковість.

Не вигідна система „Все включене” для туристичних регіонів і загалом для країни, що приймає туристів, оскільки через те, що туристи не виходять з готелю (чи відпочинкового осередку), зменшуються можливості розвитку місцевого дрібного бізнесу. Саме через останню причину деякі готелі Туреччини та Єгипту починають відмовлятися від системи „Все включене”, але роблять це поступово. На думку керівника федерації готелів Туреччини О. Аїка, готелям вигідно пропонувати одразу декілька пакетів: від найпростіших і відповідно найдешевших (приміром, тільки харчування) до повновагового „Все включене”. При цьому категорії гостей можна розрізняти за допомогою різнокольорових браслетів, про які вже згадувалося.

Ще один недолік системи „Все включене” полягає в тому, що готелі можуть долучати до цієї системи деякі специфічні послуги, якими туристи звичайно не користуються або яких зовсім не існує. Так, за словами представника однієї київської туркомпанії, з вартості путівки „Все включене” одного єгипетського готелю 14 дол. США в день призначалося на різні розваги, в тому числі на користування боулінг-клубом, якого взагалі не існувало. А цю суму цілком можна було б витратити на якусь екскурсію.

В Україні курс на розвиток системи „Все включене” взятий ще до кризи. Так, у 2008 році цю систему запровадили одразу три кримських готелі: „Адріатика”, „Сосновий гай” та „1001 ніч”. Як відзначили тоді в міністерстві курорту та туризму АРК, ці готелі розпочали своєрідний експеримент життєздатності системи „Все включене” в українському готельно-туристичному середовищі. Однак економічна нестабільність дотепер не дала змоги знайти відповідь на запитання про доцільність масового впровадження системи „Все включене” в Україні.

Між тим, на думку експертів, Крим є найперспективнішим напрямом для розвитку системи „Все включене”. Як доказ вони наводять мінімальну вартість денного три разового харчування (сніданок, обід, вечеря) в ялтинському ресторані – 600-700 грн. Отже, загальні витрати на відпочинок в Криму збільшуються вдвічі (за день). Готелі з системою „Все включене” на такому тлі справді вигравали б, а в українських туристів не було б причин їхати за кордон (враховуючи унікальну природу Південного берега Криму, з якою не зрівняються курорти Туреччини, Болгарії, Румунії). Прикладом успішного функціонування системи „Все включене” за умов Криму є досвід готелю „1001 ніч” у Місхорі. Його директор Е. Омеров вважає, що система себе виправдала – наповненість готелю в сезон становить 88%. Упроваджуючи систему „Все включене” керівництво готелю нічого нового не видумувало, а просто перейняло закордонний досвід, запросивши консультантів з Туреччини. Нині в цьому готелі туристам пропонується триразове харчування „шведська лінія” з алкоголем (коньяк, горілка, вина та пиво в необмеженій кількості). Єдине обмеження полягає в тому, що алкогольні напої надаються безкоштовно лише в години роботи ресторану (якби таке було можливе цілодобово, ресторан збанкрутував би миттєво, слушно вважає пан Омеров). Логістичні особливості функціонування системи „Все включене” в готелі „1001 ніч” у Місхорі наведені в таблиці 3.

Таблиця 3

Логістичні особливості системи
„Все включене” в готелі „1001 ніч” (Місхор) ¹

Основні показники	Поза сезоном	У сезон
Дата	20 травня 2010 р.	20 липня 2010 р.
Кількість відпочивальників	50 осіб	150 осіб
Витрати на харчування	4,8 тис. грн/день	понад 15 тис. грн/день
Закупівлі: основні овочі (картопля, капуста, цибуля, огірки, помідори тощо); фрукти (яблука, банани, цитрусові); м'ясо (свинина, яловичина, курятина); напої (безалкогольні та алкогольні);	15 кг 15 кг 20 кг 25 л	>50 кг >50 кг >80 кг >200 л
Задіяний персонал:		
офіціанти	6	20
кухарі	6	20
шеф-кухар	1	3

Однак на шляху впровадження системи „Все включене” в Криму та й загалом в Україні постають певні труднощі. Як вважають фахівці, для початку Крим справді слід зробити курортною зоною. На сьогодні на півострові майже немає готелів, на базі яких можна було б розгорнути технологію „Все включене”. При

¹ Складено автором за [7, 22].

цьому вартість спорудження такого готелю в Криму є такою ж, як і на берегах Середземномор'я (близько 80-200 млн дол. США). До того ж у Туреччині будинок готелю можна звести за 9 місяців (оскільки в цьому зацікавлена сама влада, розвинуте кредитування), а в Україні такий готель будуватиметься близько трьох років. За оцінками експертів, Україна відстала в розвитку курортного бізнесу на 15-20 років. Це позначилося і на системі громадського харчування, оскільки в нас поки що немає достатньо кваліфікованих кухарів, офіціантів, барменів, що вміють працювати за системою „Все включене”. Фахове навчання цього персоналу із залученням іноземних готельєрів вимагає певного часу та значних коштів.

У розвитку туризму в Криму недостатньо зацікавлені туроператори – вони не беруть готелі в оренду. На думку директора з туризму туроператора „Пан Юкрейн” В. Шевченка, пояснюється це тим, що період відпочинку на ПБК дуже короткий і триває з середини червня до кінця серпня, через що готелі з системою „Все включене” не встигнуть набрати необхідних обертів та окупитися. Для порівняння – в Єгипті це цілорічний заробіток. Українським турфірмам доцільно звернути увагу на Карпатський регіон, де є курортні та лікувальні бази, що працюють цілий рік. За цих умов система „Все включене” себе має виправдати.

Експерти також вважають, що Крим слід попередньо підготувати до переходу на конкурентну систему „Все включене”. Для цього готельєрам рекомендується спочатку спробувати взагалі увести поняття „харчування” в перелік послуг, що надаються, та проекспериментувати: рік попрацювати на сніданках, рік – на триразовому харчуванні без спиртних напоїв, поступово запроваджувати алкоголь. Такі заходи допоможуть без збитків підготувати ґрунт для впровадження системи „Все включене”. Адже світова тенденція, рано чи пізно, торкнеться й нас.

Віце-прем'єр України Б.В. Колесников, схвалив ідею розвитку західного та східного узбережжя Криму за «турецькою моделлю» [10], при цьому держава повинна взяти на себе витрати зі створення інфраструктури (прокласти воду, газ, електроенергію) та продати на аукціоні ділянки площею 1-3 га приватним інвесторам, щоб вони будували там готелі, ресторани, розважальні центри (нині «сотка» землі на західному узбережжі Криму коштує 3-5 тис. дол. США, на Південному березі Криму – в 10 разів дорожче). В такий спосіб на туристичному ринку в Криму буде створено конкуренцію і кримські курорти стануть набагато дешевшими. Перетворення Західного узбережжя Криму в аналог турецького курорту Анталія уряд планує розпочати після чемпіонату Європи з футболу 2012 р. Вже в 2014-2015 рр. в Сакському районі передбачається побудувати 100 готелів світового рівня, розважальні центри та міжнародне літовище, віце-прем'єра, проект «Кримська Анталія» дозволить збільшити кількість відпочиваючих у Криму з нинішніх 6 млн до 20 млн на рік. При цьому враховуються і транспортний чинник (дешевше дістатися, ніж до Анталії), і митно-прикордонний (відсутній), і необхідність впровадження системи гостинності «Все включене» та щовечірніх аніматорських заходів у кримських готелях.

Система „Все включене” є однією з ефективних технологій туристичного обслуговування. Нині цю систему успішно застосовують такі країни – лідери світового туризму, як Туреччина, Таїланд, Китай, країни Карибського моря, Єгипет. Туристам система „Все включене” подобається необмеженістю споживання їжі та напоїв. Значні переваги система „Все включене” забезпечує і готелям, які її застосовують і країні. Система має свою логістику, що охоплює, насамперед, схему закупівель продовольчої (постачання) сировини та готових виробів (зокрема, безалкогольних та алкогольних напоїв власного виробництва й імпортованих) у відповідних обсягах, згідно з потребами туристопотоку. За умов застосування системи „Все включене” заготівельно-логістична діяльність стає більш прогнозованою, стабільною, оскільки обсяги та структура споживання попередньо відомі. Водночас, дослідження особливостей споживання в системі „Все включене”, зокрема туристів з різних країн, пропонують удосконалені логістичні рішення (приміром, за великих обсягів споживання пива туристами готелю доцільніше замість збільшення обсягу імпорту створити власний міні-пивзавод). Зарубіжний досвід функціонування системи „Все включене” є корисним для України, де непогані перспективи для впровадження цієї конкурентної системи готельно-ресторанного обслуговування туристів мають Автономна Республіка Крим та області Карпатського регіону.

1. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. посібник – К.: ВПЦ „Київський університет”, 2007. – 125 с.
2. Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод. посібник – Івано-Франківськ: Галицька академія, 2009. – 154 с.
3. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посібник – К.: Знання, 2009. – 444 с.
4. Смирнов І.Г. Логістика в ресторанному бізнесі як складник логістики туризму // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 8.— С. 149-167.
5. Смирнов І.Г. Міжнародна логістична система «Все включене»: логістичний аспект// Географія та туризм. – 2010. – Вип. 10. – С. 15-25.
6. Зубар Н.М., Григорак М.Ю. Логістика в ресторанному господарстві: Навч. посібник – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.
7. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
8. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. – Навч. посібник – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 344 с.
Travel-collection.com.ua
9. Береговая Т. Анталией Крым станет к 2015 году // Сегодня. – 2011. – 19 квітня. – С. 4.
10. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: Учеб. пособие – Ростов на Дону: ИЦ «МарТ»; Феникс, 2010. – 446 с.
11. Tantu Erdal. Contemporary situation of the hotel industry in Turkey // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. – Вип. 6. – Т. 2. – Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. – С. 122-132.

**THE ACHIEVEMENTS OF TURKEY IN “ALL-INCLUSIVE” SYSTEM
APPLICATION IN TOURISM AND THE PERSPECTIVE OF IT’S
INTRODUCTION IN UKRAINE (LOGISTICS ASPECT)**

Ihor Smyrnov

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Prospekt Glushkova, 2a, Kyiv 01601 Ukraine, Tel. (044) 521-32-70
e-mail:geographi@univ.kiev.ua*

Represented peculiarities, advantages and problems of modern effective technology of hotel-restaurant service in touristic branch. Shown logistics side of all inclusive system, especially in sphere of coordination of raw materials and ready-made goods purchases with touristic flow’s volume and structure. Given attention to Turkish hotels successful experience in «all inclusive» system development. Proposed directions of incalculation of all inclusive system in Ukraine, especially in Crimea and Karpaty regions.

**ДОСТИЖЕНИЯ ТУРЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СИСТЕМЫ
ГОСТЕПРИИМСТВА «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО» В ТУРИЗМЕ
И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ
(ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

Ігорь Смирнов

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,
Проспект Глушкова, 2а, Киев 01601 Украина, тел. (044) 521-32-70
e-mail:geographi@univ.kiev.ua*

Освещены особенности, преимущества и проблемы одного из современных эффективных технологий гостинично-ресторанного обслуживания туристов. Анализируются логистические особенности системы “Все включено”, в частности согласование объема закупок необходимого сырья и готовых изделий с объемом и структурой туристопотоку обслуживаемого оборудования. Описан опыт отелей Турции в развитии системы “Все включено” и предложены направления внедрения этой системы в Украине, в частности в Крыму и в Карпатском регионе.

Ключевые слова: система гостеприимства, «все включено», логистический аспект.

Стаття надійшла до редколегії 09.10.2011

Прийнята до друку 27.11.2011