

братських могилах, які нині стараннями польської влади, а також за участі німецької та російської амбасад у Польщі поступово відновлюються та приводяться до ладу. Отже, некрополі Першої Світової війни можуть являти собою значний туристичний ресурс для розвитку «сентиментального» туризму. З цією метою Департамент фізичної культури, спорту та туризму Лодзького воєводства підготував і видав комплект поштових карток у кількості 27 під назвою «Лодзька операція 1914-1915. Цвинтарі та могили» з світлинами основних місць захоронень загиблих воїнів. Вважаємо, що цей досвід буде цікавим і корисним в умовах України.

Використані джерела:

1. *Operacja Lodzka 1914-1915. Cmentarze i mogily: Komplet pocztowek.* – Lodz: Departament Kultury fizycznej, Sportu i Turystyki Urzadu Marszalkowskiego w Lodzi, 2009. – 27 s.
2. Сайт м. Лодзь [електронний ресурс]: www.lodzkie.pl
3. Сайт Лодзьського воєводства [електронний ресурс]: www.ziemialodzka.pl
4. О.Бузина. Поэт мертвой петли / О.Бузина // *Сегодня.* – 2013. – 14 вересня. – С. 12-13.
5. Б.Соколовський. Розриті могили / Б.Соколовський / *Високий замок.* – 2013. – 19-25 вересня. – С. 16.
6. 100 битв, которые изменили мир. Вып. № 89. «Танненберг-1914». – М.: ООО «Де Агостини», 2012. – 29 с.
7. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика: навч. пос. / Я.Б. Олійник, І.Г. Смирнов. – К.: Обрії, 2011. – 544 с.
8. Федоров Л.С. Общий курс логистики: уч.пос./Л.С. Федоров, М.В. Кравченко. – М.: КНОРУС, 2010.-224 с.

УДК 338.48:005.44 (045)

Сергійко В.Ф.

ТУРЕЧЧИНА: ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

У статті проаналізовано сучасний стан туризму Туреччини, досліджено організаційно-функціональні та нормативно-правові передумови прийняття Стратегії розвитку туризму в країні до 2023 року. Автором підкреслюється необхідність формування туристичної політики в Україні з урахуванням прогресивного досвіду з розвитку туризму провідних країн світу, зокрема Туреччини, в контексті розробки Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року.

Ключові слова: туризм, туристична політика, державне регулювання, стратегія, програма, рекреаційно-туристичний комплекс

В статье проанализировано современное состояние туризма Турции, изучены организационно-функциональные и нормативно-правовые предпосылки принятия Стратегии развития туризма в стране до 2023 г. Автором подчеркивается необходимость формирования туристической политики в Украине с учетом прогрессивного опыта развития туризма ведущих стран мира, в частности Турции, в контексте разработки Государственной целевой программы развития туризма и курортов до 2022 года.

Ключевые слова: туризм, туристическая политика, государственное регулирование, стратегия, программа, рекреационно-туристический комплекс.

In this article the question of the contemporary situation of tourism in Turkey was analyzed, the question of organizing, functional and law preconditions of adopting the Strategy of tourism development in the country till 2023 year. The author emphasizes the necessity of forming tourism policy in Ukraine taking in to account the progressive experience in tourism development of word

leading countries, Turkey in particular, in the context of the elaboration of the Government programmer having a special purpose of tourism and resort development for the period till 2023 year.

Key words: tourism, tourism policy, government control, strategy, programmer, recreation and tourism complex.

Постановка проблеми. У 2012 р., незважаючи на невизначену ситуацію у світовій економіці, продовжувалось зростання міжнародного туризму і число міжнародних туристських прибуттів досягло одного мільярда, що стало новим рекордом для міжнародного туризму [14]. За прогнозом UNWTO до 2030 р. в світі буде подорожувати 1,8 мільярда туристів. В'їзний туризм у Європі сягає 51%. До 2030 р. її частка дійде до 40%, Азія сьогодні має 25%, а через 17 років досягне 37%, тобто зрівняється з Європою. Отже, країни Азії починають відігравати все більшу роль в міжнародному туризмі, витісняючи традиційний центр тяжіння туристів – Європу [13].

Турецька Республіка є однією з найрозвинутіших туристичних держав світу, геополітичне розташування, природні та антропогенні ресурси якої сприяють розвитку міжнародного туризму. Успішний розвиток туризму в державі здійснює вагомий вплив на головні сектори національної економіки, надає значні можливості для зайнятості населення за рахунок створення нових робочих місць, розвитку об'єктів інфраструктури рекреаційно-туристичного комплексу країни.

Україна сьогодні програє конкурентну боротьбу Туреччині на основних регіональних туристичних ринках і, у великій мірі, на національному ринку. На питаннях розвитку туризму сконцентровані колосальні зусилля турецького уряду і турецького бізнесу. Тому, глибоке вивчення досвіду найближчих сусідів, на наш погляд, є обов'язковою складовою розробки власних національних стратегій і програм для розвитку туризму та курортів.

Актуальність дослідження посилюється ще й тим, що, найближчим часом в Україні має бути розроблена Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. [6], тому важливим виглядає ознайомлення з головним стратегічними положеннями, документами, на засадах яких успішно розвивається туристична індустрія Туреччини.

Аналіз досліджень і публікацій. Серед авторів, які розглядають питання стратегічного розвитку ринку туристичних послуг, можна виділити А. Александрову, І. Балабанова, В. Гуляєва, І. Зарю, В. Квартальнова, Ф. Котлера, О. Любіцеву, А. Мазаракі, І. Смірнова, Т. Ткаченко, А. Чудновського та ін. Попри існуючі наукові узагальнення, виявлення тенденцій стратегії розвитку рекреаційно-туристичної сфери різних країн світу потребують постійної уваги.

Мета статті полягає у висвітленні результатів розробки і реалізації Стратегію розвитку туризму Туреччини до 2023 р. та визначенні можливостей впровадження у практику вітчизняної туристичної діяльності зарубіжного досвіду, зокрема Туреччини, в контексті розробки Державної

цільової програми розвитку туризму та курортів України на період до 2022 р.

Виклад основного матеріалу. На світовому туристичному ринку Туреччина представлена такими видами туризму як рекреаційний (пляжно-купальний), пізнавальний, круїзний та яхтинг, бальнеологічний, екологічний та різні види турів з активними засобами пересування, гірськолижний та ін. Розвиток цих видів туризму обумовлено наявністю туристичних ресурсів та швидким розвитком туристичної інфраструктури.

Передумови швидкого розвитку туристичної індустрії країни в останні роки, на наш погляд, пов'язані з великою увагою уряду до підвищення її ефективності. У 1963 р. уряд країни прийняв рішення про створення Міністерства туризму Туреччини, на яке було покладено завдання організації та планування розвитку туристичного сектору. У 1970 р. туристичний потік становив уже до 600 тис, а у 1972 р. сягнув показника 1 млн. відвідувачів.

У 1982 р. був прийнятий закон № 2634 про заохочення туризму: пільгові тарифи на електрику, воду та газ у пріоритетних районах (а ними були визначені 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).

З 1983 р. урядом було взято курс на приватизацію, відмову від регулювання цін, лібералізацію імпорту, розвиток приватного підприємництва і інші заходи для переходу до вільної ринкової економіки, що дало свої позитивні результати і в 1985 р. туризм був визнаний «сектором особливої важливості». Туристичний сектор отримав 400 млн. \$ державних дотацій і приблизно 700 млн. \$ довгострокових кредитів під державне забезпечення з низькою процентною ставкою. Інвестиції в галузь у цей період досягли 10 млрд. доларів, а потенціал прийому туристів виріс з 1 млн. осіб до більше, ніж 7 млн. в 1995 р., що на той час було колосальним успіхом [2]. В рамках цієї політики в Туреччині почалося створення вільних економічних зон, які відіграли значну роль у розвитку сфери туризму. Як результат, за короткий проміжок часу, з використання іноземних (у першу чергу німецьких) інвестицій була створена розгалужена мережа готелів, кемпінгів, були побудовані дороги, почали готуватися висококваліфіковані гіді із знанням основних європейських мов.

Протягом 2005 р. Туреччину відвідали уже 21,1 млн. іноземних туристів, а дохід галузі склав 13,9 млрд. \$ [12].

З метою залучення більшої кількості іноземних туристів та збільшення валютних надходжень до державного бюджету в 2007 р. було прийняте рішення про об'єднання Міністерства туризму та Міністерства культури Туреччини в єдиний орган виконавчої влади – Міністерство культури та туризму Турецької Республіки [4].

Так, у 2009 р. лише рекламний бюджет Міністерства культури і туризму Туреччини становив 70 млн. доларів США (за загального бюджету Міністерства 80 млн. доларів США). При цьому турецькими фахівцями підраховано, що кожний вкладений в рекламу \$ 1 дає \$ 25 збільшення обсягу продажу туристичної продукції Туреччини [7].

Вищою комісією з планування (Держпланом) уряду Туреччини було затверджено Стратегію розвитку туризму в країні до 2023 р. (далі «Стратегія – 2023»), яку було розроблено Міністерством культури та туризму з нагоди 100-ої річниці з дня заснування Турецької Республіки, а також план дій щодо реалізації цієї стратегії. Треба зазначити, що з 1980 р. Туреччина зробила вражаючий стрибок. За даними турецького інституту статистики (TurkStat) кількість міжнародних прибуттів зросла майже у 25 разів, досягнувши 31 млн. А її доходи від міжнародного туризму за ці роки зросли більш, ніж у 70 разів (біля 30 млрд. дол. США). Число туристів, які обирають місцем відпочинку Туреччину, збільшилось на 145 % між 2000 і 2012 рр. (таблиця 1).

За прогнозами фахівців високі темпи будуть збережені і в період до 2020 р. Це визначає Туреччину як державу, де відбувається «туристичне диво» (за аналогією з країнами, в яких відбувалося «економічне диво» – Німеччина в 1960-х рр., Японія в 1970-х рр., Південна Корея в 1980-х рр.

Таблиця 1 [12]

Динаміка туристичної галузі Туреччини з іноземного туризму

<i>Рік</i>	<i>Кількість туристів</i>
1980	1 288 060
1985	2 614 924
1990	5 389 308
1995	7 726 886
2000	10 428 153
2005	21 117 610
2012	31 456 067

Туреччина має на меті досить амбітні плани масштабної диверсифікації свого туристичного потенціалу та розширення спектру конкурентних на світовому ринку продуктів. У рамках реалізації «Стратегії – 2023» сконцентровано зусилля на розвитку пріоритетних туристичних регіонів, 7 тематичних коридорів, 10 туристичних міст та 5 зон екотуризму. Розглянемо лише деякі положення «Стратегії – 2023». Індикатором успіху Стратегії повинен стати наступний показник: в 2023 р. 63 млн. туристів витратять в країні 86 млрд. доларів. Витрати середнього туриста повинні таким чином скласти близько 1350 доларів [1].

Головне завдання в сфері інвестицій – дати поштовх туристичним інвестиціям шляхом створення таких інвестиційних схем, які б робили

створення нового турпродукту економічно обґрунтованим. Інвестиційні пільги стосуватимуться не лише готельного сектора, але й туристичних компаній. Комплекс заходів включає – залучення в країну прямих іноземних інвесторів.

Основною новацією в організаційній структурі стало створення Національної Ради з туризму за участю представників професійних структур і громадських організацій на національному, регіональному та місцевому рівнях для формування державно-приватного партнерства в процесі вироблення рішень для туріндустрії. З цією метою внесені поправки в чинне законодавство про туризм і положення про Міністерство культури і туризму Туреччини.

Одним із найважливіших завдань Туреччина визнає розвиток внутрішнього туристичного ринку шляхом пропозиції альтернативних продуктів з характеристиками якості і вартості, прийнятними для внутрішнього ринку. По експертним оцінкам обсяги такого ринку можуть досягнути 20 млн. чоловік.

Особливо варто зазначити, що уряд почав стимулювати туристичний бізнес пропонувати певні квоти турпродукту по нижчим цінам з метою задоволення потреби у відпочинку для соціальних груп з низьким і середнім рівнем доходу і учнівської молоді. При цьому уже зараз діють спеціальні програми для шкільної і студентської молоді, самотніх людей середнього віку, які в цілому складають до 20 % населення країни [3].

Стратегічне завдання в секторі транспорту і загальної інфраструктури – в реалізація проекту, в рамках якого передбачено комплексне рішення питань покращення транспортного сполучення, постачання питної води, каналізації, збору і утилізації відходів уздовж берегової лінії довжиною в 2000 кілометрів.

Туреччина розглядає авіап перевезення як основний транспортний елемент в міжнародному туризмі. Достатньо навести приклад останнього амбітного проекту найбільшого в світі аеропорту, здатного обслуговувати 150 млн. пасажирів на рік, який буде реалізованим в Стамбулі. Новий аеропорт розміститься на північ від європейської частини міста. Перший етап будівництва аеропорту буде завершено до 2017 року. За попередніми оцінками вартість аеропорту з шістьма злетно-посадковими смугами складе близько 9 мільярда доларів. Тендер з вибору компанії-будівельника стартував з 24 січня 2013 р. [5].

Але поряд з авіап перевезеннями найважливішою метою є розвиток швидкісного залізничного транспорту, який дозволить об'єднати великі туристичні зони всередині країни, завдяки правильно організованому графіку місцевих перевезень, що дозволить швидко дістатися до всіх значущих туристичних атракцій країни.

Зокрема, проект «Мармарай», який з'єднає азійську і європейську частини Стамбулу завдяки підводному залізничного тунелю, прокладеного під Босфором. Цей проект дуже важливий для Стамбула. Статус

найпривабливішого туристичного центру було підтверджено Незалежною організацією спеціалістів і споживачів (European Consumers Choice), що розташована в Брюсселі, Цією організацією було складено список кращих туристичних напрямків 2013 р. Перше місце у рейтингу було віддано Стамбулу [8].

Що стосується маркетингу та просування туристичного продукту, то завдання окреслено наступним чином – правильно доповнити національні маркетингові зусилля ефективним просуванням кожного туристичного центру, створивши до 2023 р. сильні бренди на національному, регіональному і місцевому рівнях.

Окремий блок «Стратегії – 2023» приділений підвищенню якості туристичної освіти, як одного основних елементів, гарантуючих кінцеву якість національного туристичного продукту. Інституції, проводячи професійну підготовку кадрів для туризму, отримують державну підтримку, націлену на покращення навчальних програм та якості навчального процесу.

Головною метою в розвитку якості послуг постала потреба у чіткому впровадженні практики Total Quality Management (Система менеджменту якості) в роботу кожного підприємства туріндустрії. Наразі треба зазначити, що в поняття оцінки якості турецькі колеги планують рухатися до спільних уніфікованих та гармонізованих європейським професійним стандартам [9].

Одним із стратегічних завдань визначено: управляти процесом брендінга міст, що мають багатий культурний і природний потенціал таким чином, щоб вони стали більш привабливими для туристів.

В якості основних центрів для розвитку міжнародного туризму обрані Анкара, Стамбул, Ізмір і Анталія.

Крім головних центрів міського туризму Туреччини, розвиватиметься культурний туризм ще в 15 містах, серед яких – Трабзон, Бурса, Каре, Неесехір. Кожен рік одне з міст на конкурентній основі буде отримувати статус «Місто культурного туризму» з метою максимізувати потоки культурного туризму, як на внутрішньому, так і в'їзному ринку [11].

Важливим, на наш погляд, є те, що в туристичному бізнесі Туреччини відбувається потужна диверсифікація. Стратегія полягає у формуванні цілорічного сезону шляхом диверсифікації туристичних продуктів, ув'язаних з існуючою базою розміщення.

У «Стратегії – 2023» визначено зони розвитку туризму. Головне завдання цієї частини стратегічного планування полягає в тому, щоб використовуючи культурний і природний потенціал окремих територій, що включають місто або декілька міст та їхні околиці, зробити туризм головним економічним чинником розвитку цих місцевостей. У рамках стратегії запропоновано зосередити зусилля для розвитку 9 таких туристичних зон. У кожній із цих зон (зона розвитку культурного туризму Кападокія, зона історико-пізнавального туризму Урарту тощо) планується

максимально урізноманітнити пропозиції туристичного продукту, заснованих на історичному і природному потенціалі, традиціях народного ремісництва, найбільш популярних мотивах подорожей і сформувати стійкий туристичний кластер. Наприклад, PHRYG Cultural and Thermal Tourism Development Zone – Фригійська зона розвитку культурного та термального туризму включає міста Ескізефір, Афйон, Кутахія та Усак та їх околиці. В даний час на цій території розвідано майже 20 натуральних геотермічних джерел – тому, названі міста, планується перетворити на термальні курорти з відповідною кількістю центрів бальнеотерапії.

«Стратегія – 2023» передбачає й створення туристичних коридорів. Під коридорами розвитку туризму розуміється спеціальні маршрути по певних темах, метою яких є стимулювання розвитку історичних, природних та інших визначних пам'яток в межах цих маршрутів. Передбачено розвивати, зокрема, тематичні туристичні коридори (оливковий коридор, зимовий коридор, коридор Шовкового шляху та ін.). Наприклад, оливковий коридор пролягає від міста Бурса по територіях цієї традиційної сільськогосподарської культури. Крім виробництва кращого натурального оливкового масла, різних продуктів на основі оливок, коридор включає об'єкти винного туризму і спеціалізується на екологічно чистій кухні

«Стратегія – 2023» визначає базове бачення місця Турецької Республіки у світовому туризмі наступним чином: «Беручи за основу принципи сталого туристичного розвитку, індустрія туризму і подорожей посяде лідируючі позиції у створенні робочих місць і регіонального розвитку країни. Туреччина стане провідним світовим брендом в туризмі і буде входити в першу п'ятірку країн, приймаючих найбільшу кількість туристів і отримуючих найбільші доходи від туризму» [10]

Висновки. Проаналізувавши сучасний стан, стратегічні перспективи розвитку туризму Туреччини, ми дійшли висновку, що Туреччина – одна з найпопулярніших для туристів країна. Більше ніж 31 млн., які приїхали до Туреччини у 2012 р., забезпечують дохід країни майже 30 млрд. доларів. За прогнозами турпотік до Туреччини у 2013 р. збільшиться до 33 млн. осіб. Туреччина планує подвоїти цю цифру протягом наступного десятиліття.

За результатами дослідження виявлено, що механізм реалізації туристичної політики держави включає: розробку стратегії, цільових програм з розвитку туризму на рівні держави, регіонів; розробку конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети і державне регулювання розвитку туристичної галузі.

На нашу думку, і Україна здатна повторити «турецьке туристичне диво», але для цього потрібне адаптувати до сучасних реалій України Стратегію розвитку туризму і курортів, яка була затверджена 06 серпня 2008 р. Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 1088–р., що повинно бути відображено у процесі розробки Державну цільову програму розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. Ця програма має

охопити кілька періодів розвитку туристичної сфери: комплекс першочергових заходів, розробку та прийняття низки законодавчих актів, визначення перспективних туристичних регіонів, що передбачало б суттєві податкові пільги та інші державні преференції бізнесу, який розвиватиме турпроекти саме в цих регіонах.

Використані джерела:

1. Доходы от туризма в Турции побили рекорд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tour.bigmir.net/news/103243.html>
2. Закулисьє турецького чуда. // Турбизнес – К., 2007. – №5. – С. 16–17
3. Крылов Д., Шанин В. Путеводители с Дмитрием Крыловым. Турция. – Изд-во „ЭКСМО” ЗАО, 2010. – 368с.
4. Науменко Г.П. Управлінські засади, організаційне та фінансове державне забезпечення функціонування сфери туризму (міжнародний досвід): Проблеми міжнародного туризму: зб. наук. статей / Г.П. Науменко –К.: ПП „ПІНВ”, 2010. – С. 4- 24.
5. Новый аэропорт в Турции стоит более 230 млн.TL. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://my-antalya.ru/news/1012>
6. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1rada.gov.ua/laws/show/638-2013>
7. Смирнов І.Г. Міжнародна логістична система „Все включене”: логістичний аспект / І.Г. Смирнов. // Географія та туризм. – 2010. –Вип. 16. –С. 15-21
8. Составлен рейтинг лучших городов Европы для туристов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/lifestyle/1541682>
9. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / [Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі – К.: Київ. нац. торг-економ. ун-т, 2010. – 596 с.
10. Турция: как нужно развивать туризм. // Гостиничный и ресторанный бизнес – К., 2010 – №2 – С. 28-35.
11. Турция готовится к новой волне развития отельной индустрии. // Гостиничный и ресторанный бизнес. – К., 2010 – №1, 2010 – С. 30-33.
12. Число иностранных туристов увеличилось в Турции на 145 %/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vvyw.votpusk.ru/news>
13. Центр тяжіння міжнародного туризму зміщується на Схід. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/tourism/3116>
14. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2012. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/facts/eng>

Фокіна А. А., Смирнов І. Г.

ГОЛОВНІ ДЕСТИНАЦІЇ САФАРІ-ТУРИЗМУ В КЕНІЇ

У статті розглянуто туристично-рекреаційний потенціал Кенії, як підставу для розвитку сафари-туризму на території Національних парків, активного відпочинку, рекреації на узбережжі, а також охарактеризовано головні дестинації та місце країни в світовому туризмі на підставі комплексного підходу.

В статье рассмотрен туристическо-рекреационный потенциал Кении, как основание для развития сафари-туризма на территории Национальных парков, активного отдыха, рекреации на побережье, а также охарактеризованы главные дестинации и место страны в мировом туризме на основании комплексного подхода.

The article deals with tourism and recreational potential of Kenya as a basis for developing safari tourism in the national park, leisure, recreation on the coast, and describes