

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/> (дата звернення: 25.10.2022).

13. Мендела І.Я. Планування інноваційних стратегій підприємствами готельного бізнесу. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2017. Вип.9(1). С.125-129.

14. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/dovgal3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/dovgal3.htm) (дата звернення: 25.10.2022).

15. Шаповалова О.М., Козьякова С.С. Аналіз інноваційної діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства. 2013. № 17, С. 70-74.

**Яремчук С.**

*магістрантка II курсу*

*спеціальності 242 Туризм*

*Науковий керівник – доц. Флінта Н. І.*

## **АНАЛІЗ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ТУРЕЧЧИНІ**

**Постановка проблеми.** Індустрія гостинності, яка утворює основу туризму в Туреччині, відіграє дуже важливу роль у розвитку країни завдяки доданій вартості, яку вона пропонує економіці та створює нові робочі місця, і це є сферою, яка має конкурентну перевагу у галузі туризму.

Для того, щоб індустрія гостинності, на яку останніми роками негативно вплинули міжнародні події та економічні, соціальні й культурні чинники, і в якій почався процес скорочення, досягнула своїх довгострокових цілей, необхідно внести на порядок денний комплексні зміни та інновації у питаннях, що її стосуються.

**Виклад основного матеріалу.** Зростаюча кількість відвідувачів робить індустрію гостинності в Туреччині привабливим ринком для інвесторів. У 2018 році країна зареєструвала 40 мільйонів відвідувачів і 51,9 мільйона в 2019 році, що на 13,7% більше, ніж у попередньому році. Індустрія туризму в Туреччині в першу чергу обумовлена її багатою культурою та спадщиною. Країна поставила перед собою мету прийняти 50 мільйонів мандрівників у рамках цілі Vision 2023 і заробити на цьому 50 мільярдів доларів США [2]. На підтримку цього Міністерство культури і туризму зняло обмеження щодо концепції сезонних курортів у деяких регіонах і дозволило їм працювати протягом повного річного циклу. За допомогою цього кроку існуюче керівництво курортів рекламує свої відповідні курорти протягом усього року, змінюючи курорти залежно від сезонів. Ці ініціативи допомогли країні зафіксувати зростання середньодобового доходу і доходу на доступний номер. У 2018 році Туреччина зареєструвала зростання середньодобового доходу на 6,5%, збільшення доходу на доступний номер на 3,9%, а рівень заповнюваності зріс на 2,5%. У Туреччині працює понад 900 мереж готелів, які пропонують понад 170 тис. номерів різних сегментів/класів. У країні існує близько

60 брендів, з яких більше 70% є вітчизняними брендами. Міста з великою кількістю номерів – це Анталія, Стамбул і Мугла з 883, 745 і 503 готелями відповідно [9].

Згідно з Турецьким статистичним інститутом, Стамбул був найбільшим місцем прибуття в Туреччину в 2019 році з майже 15 мільйонами туристів, з яких близько 33% прибули з інших країн, за ним йдуть Анталія з 14,65 мільйонами та північно-західна провінція Едірне з приблизно 4,3 мільйонами відвідувачів. Завдяки такій зростаючій кількості відвідувачів у 2019 році країна отримала 34,5 мільярда доларів США доходу від туризму, що є новим рекордом і на 17% більше порівняно з 29,5 мільярдами доларів США, отриманими у 2018 році. Щоб врахувати цю зростаючу кількість відвідувачів, різні готельні бренди відкриватимуть понад 1000 нових номерів, щоб осягнути пропозиції протягом 2018-2023 років у Стамбулі зокрема [7].

Середня тривалість перебування туристів реалізована як 3,8 ночі у 2018 році та 3,9 ночі у 2019 році. Очікується, що у 2020 році він становитиме 4,0 і буде зменшуватися до 3,7 ночей на відвідувача з 2020 по 2024 рік. Однак ці цифри були прогнозованими до пандемії COVID-19 [1].

Турецька готельна індустрія переживає значний бум розвитку, до якого прагнуть багато великих керуючих компаній розширити свою присутність в країні. За даними Fitch Solutions, хоча регіональна незахищеність викликає занепокоєння, міжнародні готельні групи визначили довгострокову перспективу Туреччини, і продовжували просувати інвестиції в Туреччину [4].

Сектор туризму має отримати вигоду від значних інвестицій у підтримку транспортної інфраструктури, як-от Новий Стамбул Проект аеропорту та Галатапорту, який забезпечить сучасний портовий об'єкт із розширеною пропускною здатністю для круїзних суден. Галатапорт прийматиме перший в історії готель Peninsula в Туреччині, який розширить колекцію брендів розкішних готелів у Стамбулі [5].

Ключові фактори, які в сукупності призвели до розвитку індустрії гостинності в Туреччині:

#### *Позитивні фактори*

1. Планування туризму.
2. Встановлення основних туристичних політик як:
  - а) розробка ефективної і конкурентної структури в промисловості;
  - б) створення якнайкращого соц. середовища як для іноземних туристів так і для місцевого населення відповідно за прийнятими загальнолюдськими цінностями;

в) Збереження та посилення природних ресурсів країни і культур спадщина.

3. Туристичне законодавство:

- а) Закон про заохочення туризму;
- б) Закон про заохочення іноземного капіталу.

4. Стимулювання інвестицій

- а) землевідведення;
- б) фінансові дотації до 40%;
- в) субсидовані кредити;
- г) звільнення від сплати податків;
- д) сприяння імпорту;
- е) пільгові тарифи на комунальні послуги;
- є) працевлаштування іноземних громадян до 20% від загальної чисельності робочої сили.

5. Розвиток туристичних агентств.

6. Програми професійного навчання для сертифікації навичок.

7. Гостинні жителі з привітним ставленням до туристів.

8. Ефективно керовані малі та середні за розміром готелі.

9. Професійно керована міжнародна мережа готелів [8].

*Обмежуючі фактори*

1. Зменшення попиту на «сонце і пісок».

2. Висока залежність від туроператорів.

3. Сезонність туристичної діяльності.

4. Розвиток вторинного житла та готелів понад пропускну спроможність в туристичних регіонах.

5. Обмежене приватне та державне співробітництво.

6. Обмежена співпраця та координація закладів туризму.

15. Ризик конфлікту між туристами та місцевими жителями [3].

**Висновки.** У цьому контексті потрібно провести оновлення чинного законодавства відповідно до умов сьогодення, розробити механізми стимулювання, збільшення витрат на одного туриста, отримання частки з нових ринків, забезпечення різноманітності продуктів у закладах розміщення, контролю за постачанням, а також створення моделей працевлаштування в окремих галузях. Також необхідно встановити активацію антикризового управління, стандартної єдності в закладах розміщення, розробити концепції готелів нового покоління, які відповідатимуть потребам споживачів у найближчий період, створити великі статистичні бази даних і т.д. [6].

### **Список використаних джерел:**

1. Зубар Н.М., Григорак М.Ю. Логістика в ресторанному господарстві. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 312 с.

2. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 344 с.
3. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2007. 125 с.
4. Смирнов І.Г. Логістика туризму. Київ: Знання, 2009. 444 с.
5. Смирнов І.Г. Міжнародна логістична система «Все включене»: логістичний аспект. Географія та туризм. 2010. Випуск 10. С. 1525.
6. Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес. Івано-Франківськ: Галицька академія, 2009. 154 с.
7. Konaklama Sektörü Komisyonu. URL: <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57382,konaklamasektorukomisyonraporupdf.pdf?0> (дата звернення: 04.11.2022).
8. Tantu Erdal. Contemporary situation of the hotel industry in Turkey // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Випуск 6, Т. 2. Луганськ: Видавництво ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. С. 122-132.
9. Tourism Market Overview. URL: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_tr/pdf/ey-turkey-tourism-market-overview-2020.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_tr/pdf/ey-turkey-tourism-market-overview-2020.pdf) (дата звернення: 04.10.2022).