

V. РЕГІОНАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

УДК 911.3

Н. Матвієнко, канд. геогр. наук, доц.
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТУРЕЧЧИНИ

Досліджено сучасний стан розвитку туризму Туреччини. Виявлені особливості розвитку однієї з головних передумов розвитку туризму – туристичної інфраструктури, зокрема розглянуто сферу розміщення, сферу харчування та транспортне забезпечення туризму. Проаналізовано динаміку туристичних потоків Туреччини. Охарактеризовані тенденції розвитку внутрішнього туризму. Проаналізовано політику уряду щодо просування туристичного продукту на міжнародному ринку. Виявлені перспективи розвитку туризму Туреччини.

Ключові слова: туристична інфраструктура, ринок туризму, Туреччина, готель, туристичний продукт.

Актуальність дослідження. Туреччина – південний морський сусід України. Вона відіграє важливу геополітичну роль, зокрема є членом ООН, НАТО та асоційованим членом ЄС. Це індустріально-аграрна країна, яка входить до числа перших 20 країн світу за виробництвом ВВП (у 2012 р. – 794,5 млрд. дол.). Нещодавно Британське агентство Fitch Ratings оцінило економічну ситуацію країни, як стабільну та підвищило довгостроковий рейтинг кредитоспроможності Туреччини. Це дозволило перенести країну з "спекулятивної" до "інвестиційної" категорії. Серед фінансових держав, економіка яких рушиться, Туреччина виглядає, як острівець стабільності та кредитоспроможності. Вона є, також, важливим туристичним центром, де вже понад 10 років, не зважаючи ні на які кризи, спостерігається позитивна динаміка зростання туристичної галузі. У рейтингу країн світу за Індексом конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму 2013, який опублікований аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму Туреччина зайняла 43-є місце, піднявшись на 16 позицій порівняно з минулим роком [2].

Постановка проблеми. Туризм є дуже важливою складовою економіки Туреччини. Міністерство культури та туризму Турецької Республіки має на меті створити світовий бренд – "Туреччина-курорт" та зайняти позицію у світовій п'ятірці країн за показниками кількості прибулих туристів та отриманого доходу від туристичної діяльності. Оскільки в Законі України "Про туризм" задекларована "пріоритетність туризму, як одного з напрямків розвитку економіки та культури", досвід Туреччини може стати корисним для нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туристсько-країнознавчому аналізу Туреччини присвячені праці О.О.Любіцевої, І.Г.Смирнова, І.І.Дахна.

Мета статті полягає у розгляді основних тенденцій розвитку туризму Туреччини.

Виклад основного матеріалу. Туреччина – спадкоємець колись величезної Османської імперії – зараз виступає одночасно як азійська та європейська країна. Підтвердженням цьому є, зокрема, примхливе сплетіння древніх місцевих традицій з елементами сучасної західної культури. У період з II ст. до н.е. і приблизно до XV століття ця територія була центром світової цивілізації. На землі Туреччини залишили свій слід, позначившись артефактами матеріальної культури, практично всі світові цивілізації. До списку ЮНЕСКО внесено 11 об'єктів природних та культурно-історичних пам'яток, що знаходяться на території Туреччини. Сьогодні до Туреччини їдуть за відчуттям, що світ великий, а його історія вічна. Вона займає 6 позицію серед топ-10 туристичних країн світу за туристичними прибутками та 10 позицію за надходженнями від туризму: кількість міжнародних туристів становить – понад 31 млн. (з них близько 600 тис. – українці), а доходи від міжнародного туризму у 2012 році становили понад 28 млрд. дол. В індустрії туризму країни

зайнято понад 2,5 млн. осіб, що становить 13 % від загальної чисельності зайнятого населення.

Туристичний ринок Туреччини належить до типу стабілізованих національних туристичних ринків. Це ринок країни середнього рівня соціально-економічного розвитку, що має розвинені ринкові структури та туристичний ринок, сформований переважно зовнішнім попитом, який характеризується переважанням міжнародного туризму експортного спрямування і зорієнтований на прийом іноземних туристів. У самій назві типу відбиваються характерні ознаки ринку – його стабільний розвиток, забезпечений пропозицією національного турпродукту, як складової відносно стабільної економіки, де туризм виступає однією з галузей спеціалізації у міжнародному поділі праці.

Субтропічний клімат з переважно безхмарним і теплим літом, різноманітні ландшафти, представлені у 32 національних парках, термальні джерела – не тільки пам'ятки природи, а й складові неповторного турецького туристичного продукту. Туреччина – країна реципієнт, вона вдвічі більше приймає туристів, ніж відправляє. Це пов'язано з тим, що турки віддають перевагу відпочинку в рідній країні, а в свою чергу іноземці обирають для відпочинку Туреччину, як відомий туристичний центр, де наявні високий комфорт готелів, бездоганний сервіс, гостинність та турбота – головні чинники відпочинку на високому рівні. Туреччина славиться високою якістю сервісу і в той же час відносно низькими цінами у порівнянні з європейськими країнами. Вона різноманітна за характером умов здійснення туристичної діяльності та за видами туристичних ресурсів.

Туреччина пропонує іноземним туристам широкий спектр різних послуг – пляжно-курортний та екскурсійний відпочинок, культурно-пізнавальний, розважальний та лікувально-оздоровчий туризм, релігійний туризм, програми для дитячого відпочинку, спортивний та екстремальний туризм, shop-тури.

Туреччина має добре розвинену структуру туристичної індустрії. У транспортній системі домінуючим є автомобільний транспорт, на який припадає 90 % пасажироперевезень та 70 % внутрішнього товарообороту. Загальна протяжність автомобільних шляхів 352 тис. км., з них 313,1 тис. км – з твердим покриттям (включаючи 2010 км швидкісних автомагістралей). Найпопулярнішим видом транспорту в Туреччині є автобус та долмуш (мінібус). Більшість автобусів сучасні, чисті, оснащені кондиціонерами, біотуалетами. У країні також представлені основні світові компанії з оренди автомобілів. Загальна протяжність залізниць 8,7 тис. км (23 місце в світі), з них лише 2,1 тис. км електрифіковані. Турецькі залізниці переважно одноколіїні. Подорожувати між Анкарою, Стамбулом та Ізміром зручно залізничним транспортом. Потяги більш комфортніші і не набагато дорожчі від автобусів. Також до Стамбула можна добратися морським шляхом (теплоходом), але

цей вид транспорту досить дорогий та повільний, тому масово не використовується. Туреччина має пряме по-ромне сполучення з Україною: Одеса – Стамбул, Одеса – Елїндже, Севастополь – Стамбул та Євпаторія – Стамбул. Приморське розташування Туреччини зумовлює розвиток морського транспорту. Компанія Турецькі морські лінії здійснює поромні рейси вздовж берегів Мармурового, Егейського та Середземного морів за маршрутом Стамбул-Ізмір, Кушадаси-Мармаріс-Фетхіє-Анталья-Аланія. З кінця травня до вересня компанія виконує рейси вздовж берегів Чорного моря з Стамбула до Трабзона (30-85 дол.). Крім того компанія організовує паромну переправу з турецьких портових міст на грецькі острови Лесбос, Хаос, Самос, Родос, Кїпр. У Стамбулі добре розвинена система водних перевезень (швидкісні та комфортабельні катамарани).

Через Туреччину проходять важливі міжнародні авіалїнії до Європи, країн Азїї та Північної Африки. Внутрішнє повітряне сполучення переважно здійснюють авіакомпанїї Turk Hava Yolları і Turk Hava Tasımactılıđı. Авіакомпанія Sun Express взяла на себе більшу частину закордонних перельотів. Авіакомпанія Turkish Airlines виступає флагманом повітряного сполучення країни. На території Туреччини функціонує 99 аеропортів. Аеропортами міжнародного значення є Ессенбога (Анкара), імені Ататюрка та імені Сабїха Гекчен (Стамбул), імені Аднана Мендереса (Ізмір).

Країна славиться прекрасно розвиненою та сучасною *готельною базою* (44,6% готелів від загальної кількості "молодші" 10 років), сертифікованою Міністерством культури та туризму за європейською системою стандартів. У першу чергу це стосується головних міст (Стамбул, Анкара, Ізмір) та найвідоміших курортів (Анталья, Аланія, Кушадаси, Бодрум). Так, у Туреччині представлені майже всі готельні ланцюги з світовим ім'ям. Це такі готелі як Hilton, Rixos, Magic Life, Papillon Hotels, Robinson, Majesty hotels & resorts. За даними туристичних агентств TUI і Thomas Cook, 31 готель від загальної кількості розташованих у Туреччині належить до ста найкращих готелів світу. Тільки на анталійському узбережжі було побудовано 382 готелі, 256 з яких 5-ти зіркові. Кількість ліжко-місць у готелях Туреччини з 1980 року зросла з 82 до 945 тисяч (2012 р.). Однією з найбільш розповсюджених і виключно турецьких послуг, яка пропонується туристам під час перебування у готелі, є турецька лазня, або хамам. У 86% готелів країни функціонує система "все включене", яка є вирішальним чинником, що впливає на популярність та масовість пляжного туризму Туреччини.

Останнім часом у Туреччині стають популярними готелі для мусульман, або халяльні готелі. Сьогодні їх близько 50, де ціна за добу перебування становить від 25 до 220 євро на одну особу. Готелі пропонують своїм відвідувачам окремі басейни і пляжі для жінок та чоловіків, халяльні продукти харчування та безалкогольні напої. Цікаво, що багато жінок віддають перевагу таким готелям не через релігійну приналежність, а з міркувань безпеки. Найбільш частими відвідувачами таких готелів є самі турки. Друга, за величиною, група мусульман – арабські туристи, а третя – російські мусульмани.

У районі Белек (Анталья) є такі ексклюзивні готелі як Титанік (у вигляді корабля), Венеція (копія італійської Венеції у мініатюрі), Kremlin Palace (побудований у вигляді Червоної площі російської столиці) та інші. Разом з цим, у найкращих готелях Анталійського узбережжя з ультрасучасною технологією, спеціально для кожного клієнта підготовлені чудові програми оздоровлення та омолодження всього організму, такі як: SPA, бальнео-

терапія, програма зниження ваги і антистрес, грязева та фізіотерапії. Звісно такі готелі коштують не дешево.

Розкішний готель Grand Tarabya Hotel у Стамбулі отримав від американської академії Гостинності одну з найпрестижніших міжнародних нагород у галузі туризму класу люкс – Five Star Diamond Award. Ця нагорода дозволяє Grand Tarabya Hotel стати повноправним членом цієї академії.

Але в Туреччині є не тільки розкішні 5-ти зіркові готелі, а й готелі нижчого рівня, а також пансіонати та готелі сімейного типу, які коштують не дорого, проте є досить затишними та комфортними.

Вишукана турецька кухня бере початок у султанських палацах Османської імперії, де створювали свої рецепти кулінари найвищого класу. Але турецький стіл немислимий і без споконвічних селянських блюд Анатолії. Ресторани тут бувають на будь-який смак і гаманець. Поїсти можна як в найбільш елегантних ресторанах (dining lubs), так і в надзвичайно простих їдальнях. У перших ціни іноді вище "розумних", а в останніх – часто нижче. Ресторанні заклади зазвичай просторі, приємно обставлені і часто спеціалізуються або на м'ясі, або на рибі. Турки вважають, що дуже важливою є обстановка, в якій з'являється кожна страва. Так, рибу слід їсти за столиком, біля води, а кебабом та іншими м'ясними стравами зазвичай насолоджуються разом з видом на сільську місцевість. Вперше кафе на відкритому повітрі з'явилися саме в Османській Туреччині, а в Європу цю ідею привіз австрійський посол при османському дворі, якому надзвичайно сподобалися відкриті кафе на берегах Босфору.

Що ж стосується музейної інфраструктури, то згідно з інформацією, наданою Міністерством культури і туризму Туреччини, кількість відвідувачів музеїв зростає паралельно з появою нових музеїв, як державних так і приватних. У країні нараховується понад 173 музеї, зокрема 42 знаходиться у Стамбулі, 34 в Анкарі та 11 в Ізмірі. У 2012 році музеї Туреччини відвідало понад 6,8 млн. чоловік. Найбільш відвідуваними були музеї Стамбула. За інформацією столичної мерії, рекордсменом 2012 року став музей Цистерна Йеребатан, який прийняв понад 1,8 млн. відвідувачів [3].

Країна є важливим туристичним центром, де вже понад 10 років спостерігається позитивна динаміка зростання туристичної галузі. За даними Світової ради туризму та подорожей, Туреччина займає перше місце з-поміж країн, які підвищують попит на туристичні послуги. У наступні 10 років Туреччина стане туристичною країною з найдинамічнішими темпами зростання – у середньому 10,2 % на рік. У ході реалізації загальнонаціональної програми розвитку туризму Міністерство туризму Туреччини планує збільшити турпотік до країни до 60 млн. осіб в рік, а дохід від туризму – до 50 млрд. дол. У 2013 році за період з січня по липень Туреччина прийняла 19,1 млн. іноземних туристів і показала найшвидший темп зростання індустрії туризму в середземноморському басейні – 10,6% (порівняно з торішніми показниками за той же період). Вартість туристичних путівок вцілому, а також ціни на проживання, проїзд, користування окремими видами послуг зокрема значають цінову конкурентоспроможність Туреччини на ринку міжнародного туризму. За даними Турецького Інституту Статистики, середні витрати на подорож до Туреччини на 2012 рік склали 758 дол. на одну людину. Туреччина – це країна, що може приймати туристів протягом цілого року. Проте переважна частина туристичних потоків припадає на червень-серпень та грудень-лютий. Основна частина туристів приїждить з Німеччини (24%), Росії (18%), Великобританії (13%), Ірану (10%), Болгарії (9%) та Нідерландів (7%). Частка туристич-

тів з України становить біля 2%. Останнім часом зросла кількість туристів з Ізраїлю, що певним чином відображає загальну тенденцію до зростання туристичного потоку з країн Середземномор'я. Це нове явище на турецькому туристичному ринку, адже раніше до країни приїздили в основному туристи з регіонів, де немає можливості відпочити на морі та в теплому кліматі.

Найбільшим попитом користуються наступні туристичні центри: Анталія (30,3% прибулих туристів), Стамбул (27%), Мугла (11,8%), Ізмір (3,9%). Найбільше туристів прибуває до Туреччини повітряним (71,1%), автомобільним (21,2%) та морським (7,3%) транспортом. Серед туристичних маршрутів Туреччини найбільшою увагою користуються маршрути античними містами Демре – Міра – Кекова, маршрут слідами Ноєва Ковчега: гори Агри (Арагат) – Ігдир – Догубаязид – озеро Ван; маршрут "Колиска святих" містами Хатай – Антакья – Чевлік – Тарсус – Сіліфке.

Ринок внутрішнього туризму перевищив 2,2 млрд. дол. за перше півріччя 2012 року. Турецький Інститут Статистики у своєму звіті про затрати на мандрівки всередині Туреччини відзначив, що причиною поїздок 71,7% мандрівників вказали "відвідування сім'ї та друзів", 11,6% – "лікування", 8,4% – "відпочинок". Середня кількість ночей, проведених у готелях, склала 7,1 ночей, а середня вартість турпутівки – 203 турецькі ліри.

Місцеве населення відпочиває переважно влітку та під час релігійних свят (Рамазан, Курбан), коли разом з вихідними налігає 7-9 неробочих днів. Якщо турки хочуть відпочити на пляжі, то вони це роблять вдома (28% відпочиваючих), віддаючи перевагу Егейському морю – Бодрум, Чешме, Алачати. Але ці курорти розраховані на заможних клієнтів, що люблять розваги, вечірні заходи, а також повний спектр послуг готелів. За кордон на морські курорти їде вкрай мало народу (1,7%). На Егейському узбережжі є курортні містечка та острови, де турки люблять купувати дачі, або зупинятися в невеликих готелях. В Анталії вони відпочивають переважно взимку, оскільки на Анатолійському плоскогір'ї в цю пору року холодно. На відміну від іноземців, турки рідко вибирають "все включено". Вони вважають більш зручним "напівпансіон" або "сніданки", віддаючи перевагу місцевим ресторанчикам. Популярний у Туреччині також оздоровчий відпочинок, зокрема термальні курорти: Едреміт, Ялова (неподалік Стамбула), Афйон, Памуккале (Денізлі). Ще одним традиційним місцем відпочинку турків є Північний Кіпр. Що ж стосується закордонних поїздок, то їх найчастіше обирають молоді люди, прямуючи переважно до Південної та Західної Європи, або Америки.

Досить популярний в Туреччині медичний туризм. У 2012 році 250 тисяч іноземних туристів із 107 країн світу відвідали турецькі клініки в лікувальних цілях та з метою отримання косметологічних послуг. Це, переважно, туристи з Німеччини, Росії, Азербайджану, Нідерландів, Іраку, Франції, України, Бельгії, Казахстану, Румунії, Лівії, Грузії та Великобританії.

Країна вивчає досвід Японії та Індії щодо розвитку чайного туризму, адже це єдина європейська країна, де його виробляють у промислових масштабах. Туреччина планує також активізувати продаж комбінованих турів, які будуть включати екскурсії по місту Стамбул (3-4 дні) та відпочинок на морі (3-4 дні). Також Туреччина планує зробити Східний анатолійський регіон центром світового зимового туризму і вже претендувала на проведення зимових Олімпійських ігор 2014 року. Також постійно будуються торговельні центри та облаштовуються нові пляжі. Сьогодні 374 пляжів країни мають "Блакитний прапор" і за цим по-

казником Туреччина входить до п'ятірки світових лідерів, а країною-рекордсменом є Іспанія (622 пляжі).

Урядом Туреччини проводиться цілеспрямована політика активізації просування турецького турпродукту на міжнародному ринку. Так, у 2011 році на рекламу турецьких курортів за кордоном було виділено 96,8 млн. дол., з них 4 млн. дол. – в Україну. Також було прийнято 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 і 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 країні та збільшення валютних надходжень до державного бюджету. У Туреччині створено Спілку інвесторів у галузі туризму, основним завданням якої є ведення інвестиційної діяльності в країні. Проте контроль за діяльністю Спілки здійснює Міністерство культури і туризму Туреччини.

Важливим фактором розвитку туристичної індустрії є те, що в Туреччині створено режим максимального сприяння для приватного туристичного бізнесу. Великомасштабні капіталовкладення у будівництво та інфраструктуру районів активного розвитку туристичного бізнесу є пріоритетними секторами економіки в плані пільг для капіталу, що інвестується. Згідно до чинного законодавства, іноземним інвесторам надані у повному обсязі такі ж права, як і національному капіталу. Відзначимо, що турецьке керівництво застосовує відносно іноземних інвесторів комплекс стимулюючих та заохочувальних заходів, які покликані сприяти такому розміщенню інвестицій в країні, яке б відповідало загальній стратегії її економічного розвитку. Крім цього, відповідно до політики вирівнювання рівнів економічного розвитку окремих регіонів країни, стимулювання іноземного капіталу в Туреччині має виражений територіальний характер. Саме такий підхід закладено у прийнятій Міністерством культури та туризму Туреччини "Стратегії розвитку Туреччини до 2023 року" [1].

Якщо раніше 60% інвестицій вкладалися у розвиток пляжного туризму, то тепер їх частка знизилася до 32%. При цьому інвестиції змістилися з регіону Анталії до регіону Мугли. Турецька влада розуміючи, що світова тенденція – це вже не море, сонце і пісок, а екологічний, освітній та історичний туризм, розробляє та популяризує нові туристичні проекти. Наприклад проект "Інтеграція Бозсада на міжнародні ринки" (Бозсада – острів у північній частині Егейського моря в провінції Чанаккале) та "Акьяка – Cittaslow". Місто Акьяка розташоване на березі Егейського моря (провінція Мугла). У 2010 році це місто було прийняте до Міжнародної Асоціації Повільних Міст (Cittaslow). Ця асоціація виступає за відмову від швидкої їжі ("fast food") та всього іншого "швидкого" у сучасному міському житті, зокрема проти стирання відмінностей та особливостей місцевостей, ратує за збереження традицій та культурних відмінностей окремих куточків світу. Після того, як Акьяка увійшла до асоціації, безліч туристів з усього світу потяглося до цього тихого і спокійного куточку Туреччини.

Значна увага, також приділяється культурному, зимовому, релігійному та діловому туризму. У зв'язку з цим спостерігається притік інвестицій до Стамбула, Ізміра та міст Центральної Анатолії. Наразі Міністерством культури та туризму визначено п'ять основних регіонів пріоритетного розвитку туризму: Чешме, Дідім, Даламан, Північна Анталія та регіон Манавгату [1].

Міністерство культури та туризму розробило план вкладення 3 млрд. дол. у розвиток туристичного бізнесу Стамбула, потенціал якого використовується поки що в недостатній мірі. На думку проектувальників, існує можливість для зростання чисельності туристів у 20 разів – з 2,5 млн. у даний час до 50 млн. Протягом 2012-2016 рр. у місті, на площі понад 1,5 млн. м², буде збудовано великий виставковий центр та турецький Діснейленд (Тема Park) вартістю 2 млрд. дол.

У планах турецької влади розвиток курортів на узбережжі, плато та гірській частині Чорного моря. Вже найближчим часом планується реалізувати проект розвитку круїзного туризму в цій частині Туреччини.

Висновки. Туристичний ринок Туреччини належить до типу стабілізованих національних туристичних ринків. Серед фінансових держав, економіка яких рушиться, Туреччина виглядає, як острівець стабільності і кредитоспроможності. Вона займає шосту позицію серед топ-10 туристичних країн світу за туристичними прибутками та десяту позицію за надходженнями від туризму. Туреччина пропонує іноземним туристам широкий спектр різних послуг – пляжно-курортний та екскурсійний відпочинок, культурно-пізнавальний, розважальний та лікувально-оздоровчий туризм, релігійний туризм, програми для дитячого відпочинку, спортивний та екст-

ремальний туризм, шор-тури. У наступні 10 років Туреччина планує стати туристичною країною з найдинамічнішими темпами зростання – у середньому понад 10 % на рік. Турецька влада розуміючи, що світова тенденція – це вже не море, сонце і пісок, а екологічний, освітній та історичний туризм, розробляє та популяризує цілий ряд нових туристичних проєктів. Головна мета туристичної політики Туреччини – просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок. Цьому сприяє раціональна організаційна структура управління туризмом, максимальне сприяння для розвитку приватного туристичного бізнесу, а також надання пріоритету туризму в національній політиці розвитку.

Список використаних джерел

1. Туристична стратегія розвитку Туреччини до 2023 року / Міністерство культури і туризму Туреччини. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kultur.gov.tr/genel/text/eng/TST2023.pdf>.
2. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2013>.
3. Самые посещаемые музеи Турции / Новости Турции [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://turknews.ru/turizm/414>
4. Халльные отели Турции процветают / Новости Турции [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://turknews.ru/turizm/1188>

Надійшла до редколегії 01.10.13

Н. Матвиєнко, канд. геогр. наук, доц.
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ТУРЦИИ.

Исследовано современное состояние развития туризма Турции. Выявлены особенности развития одной из главных предпосылок развития туризма – туристической инфраструктуры, в частности рассмотрена сфера размещения, сфера питания и транспортное обеспечение туризма. Проанализирована динамика туристических потоков Турции. Охарактеризованы тенденции развития туризма. Проанализирована политика правительства по продвижению туристического продукта на международном рынке. Выявлены перспективы развития туризма Турции.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, рынок туризма, Турция, отель, туристический продукт.

N. Matviyenko, PhD, Senior Lecturer
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN TURKEY

Investigated the current state of development of tourism in Turkey. The features of the development of one of the main prerequisites for the development of tourism – tourist infrastructure, in particular examined the scope of accommodation, the scope of supply and transportation support tourism. The dynamics of tourist flows in Turkey. We characterize the trend of tourism development. The government's policy to promote the tourism product in the international market are analyzed. Revealed the prospects of tourism in Turkey

Keywords: tourism infrastructure, tourism market, Turkey, hotel, travel product.