

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**РОЗВИТОК ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ: ПЕРЕДУМОВИ
СТАНОВЛЕННЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА КЛЮЧОВІ ЧИННИКИ
ЙОГО ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ**

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка 4 курсу 410 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Міжнародний туризм»
Кирстюк Анастасія Сергіївна

Керівник: кандидат географічних
наук, доцент
Круль Галина Ярославівна

До захисту допущено на засіданні кафедри
Протокол № _____ від _____ 2026 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д.

Чернівці – 2026

АНОТАЦІЯ

Кирстюк А.С. *Розвиток пляжного туризму в Туреччині: передумови становлення, сучасний стан та вплив на економіку країни*. Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 «Туризм», ОПП «Міжнародний туризм» кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню розвитку пляжного туризму в Туреччині як одного з провідних напрямів міжнародного туризму. У роботі розкрито передумови становлення пляжного туризму, зокрема природно-кліматичні, історико-географічні та соціально-економічні чинники. Проаналізовано сучасний стан туристичної індустрії країни, основні туристичні регіони та курорти, рівень розвитку інфраструктури та туристичних послуг.

Ключові слова: пляжний туризм, Туреччина, туристична інфраструктура, економіка.

ABSTRACT

Kyrstiuk A.S. *Development of beach tourism in Turkey: prerequisites for formation, current state and impact on the country's economy*. Qualification work of the first (Bachelor's) level of higher education in specialty 242 "Tourism", EPP "International Tourism" of the Department of Geography and Tourism Management of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

The qualification paper is devoted to the study of beach tourism development in Turkey as one of the leading areas of international tourism. The paper reveals the preconditions for the formation of beach tourism, including natural and climatic, historical and geographical, and socio-economic factors. The current state of the country's tourism industry, the main tourist regions and resorts, as well as the level of infrastructure and tourism services development are analyzed.

Keywords: beach tourism, Turkey, tourism infrastructure, economy.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ А.С. Кирстюк

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ.....	8
1.1. Поняття та значення пляжного туризму	8
1.2. Пляжний туризм як ключовий сегмент світового ринку рекреаційних послуг.....	11
1.3. Сучасні концепції та бізнес моделі розвитку міжнародного пляжного туризму.....	16
Висновки до 1-го розділу.....	21
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРЕЧЧИНИ.....	22
2.1. Природно-кліматичні умови розвитку пляжного туризму.....	22
2.2. Історичні етапи формування турецького туристичного ринку.....	26
2.3. Основні туристичні регіони та курорти Туреччини.....	28
2.4. Туристична інфраструктура та готельно-ресторанний сектор.....	32
Висновки до 2-го розділу.....	38
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ.....	40
3.1. Роль пляжного туризму в економіці країни.....	40
3.2. Аналіз сучасного стану та динаміки розвитку ринку.....	43.
3.3. Ключові чинники впливу пляжного туризму на економіку.....	48
Висновки до 3-го розділу.....	51
РОЗДІЛ 4. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ	

4.1. SWOT-аналіз конкурентоспроможності Туреччини на міжнародному ринку рекреаційних послуг.....	53
4.2. Порівняльна характеристика туристичного сервісу та інфраструктури провідних курортів (на прикладі Анталії та Бодрума).....	57
4.3 Шляхи урізноманітнення послуг та підвищення ефективності сервісного обслуговування.....	64
Висновки до 4-го розділу	67
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Туристична індустрія утвердилася як один із ключових секторів глобальної економіки. Домінантне місце в цій системі належить пляжному туризму – найбільш масовому та високорентабельному сегменту рекреаційної діяльності. Окремі держави змогли капіталізувати свої природні переваги та кліматичні особливості, створивши конкурентоспроможний туристичний продукт світового рівня. Яскравим прикладом такої стратегії є Туреччина, яка за останні десятиліття здійснила якісний стрибок, ставши лідером міжнародного ринку. Унікальне розташування на перетині торгових шляхів, доступ до чотирьох морів, синергія природних ресурсів та багатой культурної спадщини, підкріплені цілеспрямованою державною підтримкою, сформували фундамент для туристичного «буму». Пляжний відпочинок у Туреччині сьогодні – це не просто галузь надання послуг, а стратегічний ресурс, що забезпечує стабільний приплив іноземної валюти та стимулює розвиток суміжних секторів економіки.

Актуальність теми дипломної роботи визначається потребою в системному аналізі еволюції турецької моделі пляжного туризму. Важливо не лише оцінити сучасні показники галузі, а й дослідити механізми, що забезпечують її стійкість перед викликами глобальної конкуренції та динамічними змінами у світовій економіці.

Мета роботи полягає у дослідженні специфіки функціонування пляжного туризму в Туреччині, виявленні історико-географічних передумов його успіху та оцінці його ролі в економічній структурі країни.

Для реалізації мети поставлено такі **завдання**:

- розглянути теоретичну базу пляжного туризму як глобального економічного вища;
- виявити ключові природні, історичні та економічні чинники, що сприяли формуванню турецького турпродукту;
- здійснити моніторинг поточного стану індустрії пляжного відпочинку

в країні;

- провести районування основних рекреаційних центрів та курортних хабів;
- сформулювати прогностичні сценарії та пріоритетні напрями подальшої модернізації галузі.

Об'єктом дослідження виступає туристична індустрія Туреччини в усьому її різноманітті.

Предметом дослідження є закономірності розвитку пляжного сегменту, механізми його функціонування та ступінь впливу на національну економіку.

Методологічну основу роботи складають загальнонаукові та спеціальні методи: системний підхід, порівняльно-типологічний аналіз, статистична обробка даних, метод класифікації та узагальнення.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх застосування для вдосконалення стратегій розвитку рекреаційних територій, вивчення досвіду Туреччини як моделі для інших країн, а також для підготовки аналітичних матеріалів щодо міжнародного ринку туристичних послуг.

Структура роботи: Робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та значення пляжного туризму

На сучасному етапі розвитку світового господарства туристична індустрія виступає однією з найбільш динамічних і прибуткових галузей економіки, що має вагомий вплив на формування валового внутрішнього продукту багатьох країн, розвиток інфраструктури, стимулювання зайнятості населення та активізацію міжнародних економічних зв'язків. У структурі міжнародного туризму особливе місце посідає пляжний туризм, який традиційно залишається одним із найбільш масових, популярних та економічно вигідних видів рекреаційно-туристичної діяльності. Його розвиток зумовлений поєднанням природно-кліматичних, соціально-економічних, культурних і технологічних чинників, що формують стійкий попит на відпочинок біля морського узбережжя.

Пляжний туризм – специфічний вид рекреаційного туризму, основною метою якого є відпочинок, оздоровлення та відновлення фізичних і психологічних сил людини в умовах прибережних територій, що характеризуються сприятливими кліматичними умовами, наявністю морського або океанічного узбережжя, облаштованими пляжними зонами та відповідною туристичною інфраструктурою. На відміну від інших видів туризму, пляжний відпочинок поєднує у собі широкий спектр мотиваційних факторів: рекреаційний, лікувально-оздоровчий, розважальний, пізнавальний та соціальний. Саме комплексність туристичного продукту забезпечує стабільно високий рівень попиту на даний вид відпочинку серед різних категорій населення.

Важливою особливістю пляжного туризму є його тісний зв'язок із природно-рекреаційними ресурсами. Ключовими передумовами розвитку цього виду туризму виступають сприятливий клімат, тривалий купальний сезон, комфортна температура води, якість піщаного або галькового покриття пляжів, екологічний стан прибережних зон, наявність мальовничих

ландшафтів, а також рівень розвитку транспортної, готельної та розважальної інфраструктури. Сукупність зазначених чинників формує туристичну привабливість території та визначає її конкурентні позиції на міжнародному ринку туристичних послуг . [12, с. 15].

У сучасній науковій літературі **пляжний туризм** розглядається як складне багатогранне явище, що поєднує в собі елементи рекреації, оздоровлення та розваг. Він є фундаментальним сегментом світового туристичного ринку, що базується на використанні специфічних природних ресурсів – берегових ліній морів, океанів, озер та інших водойм . [2, с. 184].

З теоретичної точки зору, пляжний туризм визначається як вид подорожі, головною метою якої є відпочинок на узбережжі, що супроводжується використанням сонячно-повітряних ванн та водних процедур (таласотерапія)

Проте в умовах глобалізації це поняття значно розширилося. Сьогодні це потужна індустрія, що охоплює:

- транспортне забезпечення (чартерні перевезення, трансфери);
- готельний сектор (від бюджетних апартаментів до комплексів "all inclusive");
- сферу послуг (анімація, екскурсії, водні види спорту).

Економічна сутність пляжного туризму полягає в його високій капіталомісткості та масовості. На відміну від вузькоспеціалізованих видів туризму (наприклад, екстремального чи наукового), пляжний відпочинок орієнтований на широкі верстви населення, що забезпечує стабільний грошовий потік та високу рентабельність інвестицій у курортну нерухомість.

Таблиця 1.1

Основні функції пляжного туризму в сучасній туристичній системі

<i>Функція</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Значення для суспільства</i>
Рекреаційна	Відновлення фізичних і психоемоційних сил людини	Підвищення працездатності населення
Оздоровча	Позитивний вплив морського клімату,	Покращення стану здоров'я

	сонячного випромінювання та водних процедур	
Економічна	Формування доходів бюджету, валютних надходжень, розвиток бізнесу	Зростання економіки
Соціальна	Створення робочих місць, підвищення зайнятості населення	Соціальна стабільність
Культурна	Міжкультурна взаємодія та популяризація культурної спадщини	Розвиток міжнародних зв'язків
Інфраструктурна	Стимулювання розвитку транспорту, готелів, сервісу	Модернізація регіонів

Складено автором на основі *.(Джерело: сформовано автором за даними (Бейдик О.О);*

У сучасних умовах глобалізації значення пляжного туризму продовжує зростати. Підвищення мобільності населення, розвиток авіаційного сполучення, цифровізація туристичних послуг, поширення онлайн-бронювання та активне використання маркетингових інструментів у просуванні туристичних дестинацій сприяють збільшенню міжнародних туристичних потоків. Водночас сучасний розвиток пляжного туризму супроводжується новими викликами, серед яких сезонність попиту, високе антропогенне навантаження на прибережні екосистеми, необхідність дотримання принципів сталого розвитку, а також зростання конкуренції між країнами на світовому туристичному ринку.

Таким чином, пляжний туризм є важливою складовою сучасної туристичної індустрії, що поєднує рекреаційні, соціальні, культурні та економічні функції. Його розвиток має стратегічне значення для багатьох країн світу, оскільки сприяє формуванню позитивного міжнародного іміджу держави, стимулює економічне зростання та забезпечує підвищення добробуту населення. Це обумовлює необхідність глибшого дослідження чинників розвитку пляжного туризму, особливостей його функціонування та ролі у формуванні економічного потенціалу окремих держав, зокрема Туреччина, яка є одним із світових лідерів у сфері пляжного відпочинку.

1.2. пляжний туризм як ключовий сегмент світового ринку рекреаційних послуг

У структурі сучасної світової економіки пляжний туризм виступає не просто як окремий напрям, а як домінантна модель споживання рекреаційних послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), понад 60% усіх міжнародних туристичних поїздок здійснюються з метою відпочинку на узбережжі. Це робить пляжний сегмент головним генератором фінансових потоків у глобальній індустрії гостинності [<https://www.unwto.org/>]. Станом на сьогодні він охоплює понад дві третини загального обсягу світового туристичного потоку, виступаючи найбільш стабільним і фінансово містким сегментом. Його роль як ключового елемента рекреаційної сфери зумовлена унікальною здатністю акумулювати величезні обсяги капіталу через масовість попиту та універсальність пропонованого продукту. На відміну від специфічних видів туризму, таких як діловий, науковий чи екстремальний, пляжний відпочинок орієнтований на максимально широку аудиторію, незалежно від віку, соціального статусу чи культурних уподобань. Це створює умови для формування постійної клієнтської бази та прогнозованого розвитку інфраструктури на десятиліття вперед .

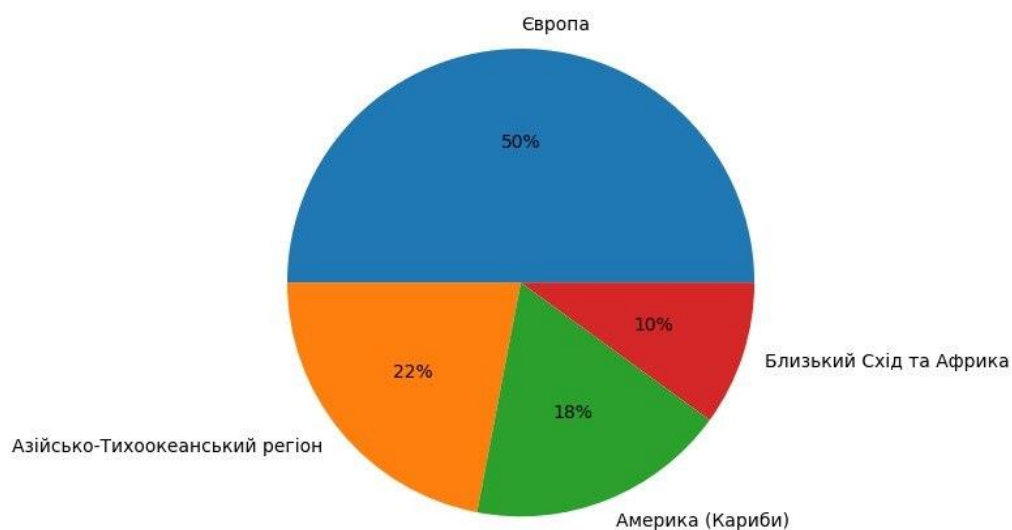
Економічна вага пляжного туризму в структурі світового ринку підтверджується показниками мультиплікативного ефекту. Розвиток прибережної дестинації автоматично стимулює зростання щонайменше тридцяти суміжних галузей, включаючи цивільну авіацію, суднобудування, харчову та легку промисловість, будівництво та цифрові технології. Важливо розуміти, що сучасний пляжний продукт перестав бути лише набором природних ресурсів – моря та сонця. Сьогодні це складний технологічний комплекс, що включає інтелектуальні системи управління готелями, штучне відновлення берегових ліній, складну логістику чартерних перевезень та персоналізовані сервіси, що базуються на аналізі великих даних. Таким

чином, цей сегмент виступає інноваційним драйвером, що змушує країни-лідери постійно вдосконалювати свої технологічні та управлінські стандарти. Світовий ринок пляжних послуг чітко сегментований за регіональним принципом. Історично склалося декілька ключових **макрорегіонів**, що конкурують між собою за потоки мандрівників[15, с. 87-88]:

- *Середземноморський басейн* – безумовний лідер, на який припадає близько 30-35% світового ринку. Країни «великої трійки» (Іспанія, Франція, Італія), а також Туреччина та Греція, сформували тут еталонну модель пляжного сервісу;
- *Карибський басейн* орієнтований переважно на ринок США та Канади. Вирізняється високою часткою круїзного туризму, що інтегрований у пляжну інфраструктуру;
- *Південно-Східна Азія (Таїланд, В'єтнам, Індонезія)* – регіон, що демонструє найвищі темпи зростання завдяки ціновій доступності та екзотичності природних ресурсів.

Географічна структура цього ринку демонструє чітку концентрацію навколо великих морських басейнів, серед яких Середземномор'я залишається абсолютним лідером за кількістю прибуттів і рівнем доходів

Рисунок 1.1. Доходи від міжнародного туризму за регіонами



(див.рис.1.1) –

Джерело: сформовано автором. [<https://www.unwto.org/>].

Саме в цьому регіоні сформувалися основні конкурентні моделі пляжного сервісу, які згодом були запозичені іншими частинами світу. Висока щільність курортних зон у країнах Південної Європи та Близького Сходу створила умови для жорсткої цінової та якісної конкуренції, результатом якої стало виникнення концепції «all inclusive». Ця модель споживання кардинально змінила правила гри на світовому ринку, дозволивши перетворити сезонний відпочинок на стабільний бізнес-процес із високою глибиною бронювання. Водночас зростаючий вплив Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Карибського басейну свідчить про децентралізацію ринку та появу нових полюсів тяжіння, що змушує традиційних лідерів, таких як Туреччина чи Іспанія, постійно диверсифікувати свої послуги [12, с. 19].

Однією з фундаментальних особливостей пляжного туризму як сегмента ринку є його соціальна значущість. У багатьох країнах, що розвиваються, цей сектор є головним інструментом боротьби з безробіттям, забезпечуючи робочі місця не лише безпосередньо в готелях, а й у всій мережі постачання товарів та послуг. Крім того, пляжний туризм відіграє критичну роль у вирівнюванні регіональних диспропорцій, перетворюючи віддалені та економічно пасивні прибережні території на потужні центри прибутку. Це сприяє розвитку місцевого самоврядування та підвищенню рівня життя місцевих громад, що є ключовим показником успішності державної політики в галузі рекреації. Окремої уваги потребує трансформація попиту в межах пляжного сегмента під впливом глобальних демографічних та культурних змін.

Сучасний споживач стає все більш вимогливим до екологічної складової та якості навколишнього середовища. Це призвело до появи нових стандартів на ринку, де сертифікація пляжів за міжнародними програмами, такими як «Блакитний прапор», стає обов'язковою умовою для підтримки конкурентоспроможності. [22, с. 53]. Екологізація пляжного туризму сьогодні є не просто модним трендом, а стратегічною необхідністю для

збереження ресурсного потенціалу DESTИНАЦІЙ. Ринок реагує на ці виклики впровадженням енергоефективних технологій у готелях, обмеженням використання пластику та розвитком програм захисту прибережних екосистем, що створює додану вартість туристичного продукту.

Сучасні курортні комплекси все частіше проектуються як мультифункціональні простори, здатні функціонувати цілорічно, що забезпечує стабільність фінансових надходжень незалежно від погодних умов. Такий підхід дозволяє оптимізувати використання інфраструктури та забезпечити постійну зайнятість персоналу, що значно підвищує економічну стійкість галузі.

На завершення аналізу слід зазначити, що пляжний туризм у сучасних умовах є індикатором глобальної економічної стабільності. Його здатність до швидкого відновлення після кризових явищ та постійна еволюція форм обслуговування підтверджують його статус ключового сегмента світового рекреаційного ринку. Для держав, які обрали цей шлях розвитку, він стає не просто джерелом доходів, а механізмом модернізації всієї національної економіки, що дозволяє інтегруватися у глобальні ланцюги створення вартості та забезпечити стійке зростання на довгострокову перспективу.

Таким чином, вивчення досвіду країн-лідерів у цьому сегменті є критично важливим для розуміння майбутніх векторів розвитку всієї світової туристичної індустрії. Світовий ринок рекреаційних послуг упродовж останніх десятиліть характеризується високими темпами розвитку, диверсифікацією туристичного продукту та посиленням конкуренції між країнами за залучення міжнародних туристичних потоків. У структурі глобальної туристичної індустрії особливе місце посідає пляжний туризм, який є одним із наймасовіших і найбільш економічно значущих сегментів ринку рекреаційних послуг. Його домінуючі позиції визначаються універсальністю туристичного продукту, широким колом потенційних споживачів, відносно високою доступністю, а також здатністю поєднувати рекреаційні, оздоровчі, розважальні та соціокультурні функції.

Важливим чинником, який забезпечує провідні позиції пляжного туризму на світовому ринку рекреаційних послуг, є його універсальність. Пляжний відпочинок має широкий спектр туристичних мотивацій: від пасивної рекреації та сімейного дозвілля до активного відпочинку, водних видів спорту, wellness-туризму, морських круїзів та комбінованих туристичних продуктів. Це дозволяє туристичним DESTINACIЯM формувати багатофункціональний комплекс послуг, орієнтований на різні категорії споживачів.

У межах одного курортного регіону можуть одночасно розвиватися luxury-сегмент, масовий сімейний туризм, молодіжний відпочинок, спортивний туризм та медично-оздоровчі програми, що значно підвищує конкурентоспроможність туристичної території.

На глобальному рівні розвиток пляжного туризму безпосередньо пов'язаний із процесами урбанізації, зростанням доходів населення, підвищенням рівня життя, збільшенням мобільності населення та розвитком транспортної доступності.

Особливу роль у популяризації міжнародного пляжного відпочинку відіграло стрімке зростання авіаційних перевезень, зокрема розвиток бюджетних авіакомпаній, чартерних програм та пакетних туристичних пропозицій, що зробили морські курорти доступними для значно ширшого кола туристів. Розвиток цифрових технологій, онлайн-бронювання, глобальних платформ резервування, електронного маркетингу та соціальних мереж також істотно вплинув на трансформацію світового туристичного ринку, зробивши інформацію про туристичні DESTINACIЯM більш доступною та сприяючи формуванню нових споживчих моделей поведінки.

Водночас сучасний розвиток пляжного туризму супроводжується низкою глобальних викликів. До основних проблем належать сезонність туристичного попиту, надмірна концентрація туристичних потоків у пікові періоди, антропогенне навантаження на природні екосистеми, ерозія берегових ліній, забруднення морських акваторій, дефіцит водних ресурсів у

курортних регіонах, а також негативний вплив глобальних кліматичних змін. У зв'язку з цим дедалі більшого значення набуває концепція сталого розвитку пляжного туризму, яка передбачає раціональне використання природно-рекреаційного потенціалу, впровадження екологічних стандартів у діяльність туристичних підприємств, розвиток «зелених» технологій та підвищення екологічної відповідальності туристів і місцевих громад.

Серед ключових тенденцій розвитку світового ринку пляжного туризму можна виділити індивідуалізацію туристичного продукту, зростання попиту на якісний сервіс, поширення wellness- та spa-концепцій, розвиток luxury-сегмента, активне впровадження цифрових технологій, екологізацію туристичної діяльності та формування комбінованих туристичних продуктів, які поєднують пляжний відпочинок із культурно-пізнавальними екскурсіями, гастрономічним туризмом, спортивними активностями та оздоровчими програмами. Такий підхід дозволяє підвищити економічну ефективність туристичної діяльності, подовжити туристичний сезон та збільшити середній рівень витрат одного туриста [22, с. 43].

Отже, пляжний туризм сьогодні виступає одним із ключових сегментів світового ринку рекреаційних послуг, який формує значну частину міжнародних туристичних потоків, забезпечує вагомий економічний ефект для країн-реципієнтів та суттєво впливає на розвиток глобальної туристичної індустрії. Його стратегічне значення визначається здатністю поєднувати економічні, соціальні, рекреаційні та культурні функції, що робить пляжний туризм одним із найбільш перспективних напрямів розвитку міжнародного туризму в XXI столітті.

1.3.Сучасні концепції та бізнес моделі розвитку міжнародного пляжного туризму

На сучасному етапі розвитку міжнародної туристичної індустрії пляжний туризм перестав сприйматися виключно як форма сезонного відпочинку, що обмежується проживанням у готелі, користуванням пляжною

інфраструктурою та стандартним набором розважальних послуг. Глобалізація туристичного ринку, зростання конкуренції між курортними DESTИНАЦІЯМИ, зміна споживчих пріоритетів туристів, розвиток цифрових технологій та підвищення вимог до якості сервісу стали передумовами трансформації традиційної моделі пляжного відпочинку у багатофункціональний комплекс туристичних послуг. У зв'язку з цим сформувалися нові концепції та бізнес-моделі розвитку пляжного туризму, які орієнтовані на створення комплексного туристичного продукту, персоналізацію відпочинку, впровадження інноваційних сервісів та забезпечення сталого розвитку прибережних територій.

Однією з найбільш поширених і комерційно успішних моделей функціонування сучасного пляжного туризму є концепція «**All Inclusive**», яка набула особливої популярності у країнах Середземноморського басейну, насамперед у Туреччина, а також у Єгипет, Греція та Іспанія. [14, с. 55] Традиційно ця модель передбачала надання туристу повного пакета послуг за фіксовану ціну, включаючи проживання, харчування, напої, користування басейнами, пляжною інфраструктурою, анімаційними програмами та окремими спортивними активностями.

Основною перевагою концепції є прогнозованість витрат для туриста, високий рівень комфорту та мінімізація організаційних питань під час відпочинку. У сучасних умовах класична модель «All Inclusive» поступово трансформується у формат «**All Inclusive 2.0**» (див. рис. 1.2), що є більш комплексною системою сервісу, орієнтованою на індивідуальні потреби гостей. До традиційного набору послуг додаються персоналізоване харчування, wellness-програми, spa-послуги, спортивна інфраструктура, дитячі освітньо-розважальні комплекси, тематичні культурні події, екологічні ініціативи та екскурсійні маршрути. Таким чином, сучасна концепція «Все включено» перестає бути лише моделлю харчування й проживання, перетворюючись на повноцінну туристичну екосистему, спрямовану на створення комплексного досвіду для споживача.

Як видно з рисунка 1.2, сучасна концепція «**All Inclusive 2.0**» суттєво відрізняється від класичної моделі «все включено», яка традиційно асоціювалася переважно з проживанням та харчуванням. У сучасній структурі туристичного продукту найбільшу частку, а саме 45%, як і раніше,

займають базові послуги – проживання та харчування, що формують основу комфортного перебування туриста на курорті. Разом із тим значна частка вартості турпакета припадає на персоналізований сервіс (20%), який включає індивідуальний підхід до гостей, консьєрж-послуги, спеціалізовані

Діаграма структури концепції «All Inclusive 2.0»

Сучасна концепція «Все включено» – це екосистема послуг, що створює комплексну цінність для гостя



★ Концепція "All Inclusive 2.0" спрямована на створення унікального досвіду та максимального комфорту для кожного гостя – поєднання якісного сервісу, турботи, здоров'я, розвитку та відповідального ставлення до довкілля.

меню, гнучкі формати обслуговування та підвищений рівень уваги до потреб відпочивальників.

Рис.1.2. (Джерело: сформовано автором за даними (booking.com);

Водночас 15% структури сучасного туристичного пакета формують wellness- та спортивні послуги, що свідчить про трансформацію пляжного туризму з моделі пасивного відпочинку у формат комплексного оздоровлення, активного дозвілля та підтримки здорового способу життя. До таких послуг належать спа-комплекси, фітнес-центри, йога-програми, водні види спорту та інші рекреаційні активності. Окрему вагому роль у структурі

концепції відіграють дитяча анімація та освітні заходи (10%), що відображає орієнтацію сучасних курортів на сімейний сегмент ринку та формування багатофункціонального туристичного продукту для різних вікових категорій.

Крім того, ще 10% припадає на екологічні та екскурсійні програми, що демонструє зростання ролі сталого розвитку та прагнення туристів до отримання не лише комфортного, але й змістовного відпочинку. У даному контексті сучасний пляжний туризм дедалі більше інтегрує елементи екологічної відповідальності, культурного пізнання та локального туристичного досвіду.

Отже, представлена структура концепції «All Inclusive 2.0» свідчить про перехід сучасного пляжного туризму від стандартизованої моделі масового відпочинку до комплексної сервісної екосистеми, де ключовою цінністю стає не лише базовий комфорт, а й персоналізація, оздоровлення, сімейна орієнтованість, екологічність та формування унікального туристичного досвіду. Це є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності сучасних курортних дестинацій, зокрема Туреччина, на міжнародному туристичному ринку.

Ще однією важливою бізнес-моделлю у сфері пляжного туризму є **Luxury Beach Tourism**, який орієнтований на сегмент туристів із високим рівнем доходу. Дана модель передбачає надання ексклюзивних послуг: приватні вілли та бутик-готелі, індивідуальний трансфер, консьєрж-сервіс, гастрономічні ресторани високого класу, приватні пляжі, яхтовий сервіс, спра-комплекси преміум-рівня та індивідуальні програми дозвілля. Основною цінністю luxury-сегмента є не масовість, а ексклюзивність, високий рівень приватності, персоналізований підхід та унікальний клієнтський досвід. Така модель активно розвивається на курортах ОАЕ, Мальдіви, Сейшельські Острови, а також у преміальному сегменті узбережжя Туреччини [17 с.14].

Значної популярності набуває також модель **Family Resort Tourism**, яка орієнтована на сімейний відпочинок із дітьми. Її ключовими характеристиками є безпечна інфраструктура, дитячі клуби, аквапарки,

анімаційні програми, освітні заходи, спеціальне меню, послуги няні, сімейні номери та інтеграція сімейних рекреаційних активностей у загальний туристичний продукт. Сімейний сегмент є одним із найбільш стабільних і платоспроможних напрямів розвитку пляжного туризму, оскільки формує довгостроковий попит і характеризується високим рівнем лояльності до туристичних брендів.

У структурі сучасного ринку рекреаційних послуг окрему нішу займає **Wellness & Spa Beach Tourism**, що поєднує пляжний відпочинок із програмами оздоровлення, релаксації та відновлення фізичного і психологічного стану людини. Дана бізнес-модель базується на поєднанні природних ресурсів морського узбережжя із сучасними медико-оздоровчими технологіями: таласотерапією, spa-процедурами, фітнес-програмами, йогою, медитацією, detox-курсами, anti-age терапією та програмами здорового харчування. Такий формат користується особливо високим попитом серед туристів із країн Європи, де зростає культура усвідомленого споживання туристичних послуг та орієнтація на якість життя.

Однією з найактуальніших концепцій розвитку пляжного туризму є **Sustainable Beach Tourism (сталий пляжний туризм)**. Його формування пов'язане з необхідністю збереження природних екосистем прибережних територій, мінімізації негативного впливу масового туризму на довкілля та впровадження принципів екологічної відповідальності у туристичний бізнес. Дана модель передбачає використання відновлюваних джерел енергії в готельному секторі, скорочення використання пластику, очищення морських акваторій, раціональне використання водних ресурсів, підтримку локальних виробників, екологічне будівництво туристичної інфраструктури та розвиток екопросвітницьких програм для туристів. Саме концепція сталого розвитку дедалі більше визначає стратегічний напрям модернізації світового пляжного туризму¹.

Важливим елементом сучасних бізнес-моделей є цифровізація туристичних послуг. Сьогодні управління пляжними курортами все

активніше здійснюється на основі CRM-систем, big data-аналітики, штучного інтелекту, мобільних застосунків для гостей, автоматизованих систем бронювання, smart-room технологій та цифрових платформ персоналізації сервісу. Це дозволяє туристичним підприємствам підвищувати ефективність управління, оптимізувати витрати, покращувати якість обслуговування та формувати більш індивідуалізований туристичний продукт [18 с.9].

Таким чином, сучасні концепції та бізнес-моделі пляжного туризму відображають глибоку трансформацію світового туристичного ринку – від стандартизованого масового відпочинку до створення комплексного, гнучкого, технологічного та клієнтоорієнтованого туристичного продукту. Сьогодні конкурентоспроможність пляжних DESTINACIЙ визначається не лише природними ресурсами, а й здатністю туристичного бізнесу впроваджувати інновації, формувати унікальний досвід для туриста та забезпечувати баланс між економічною ефективністю, соціальною відповідальністю та екологічною стійкістю розвитку.

Висновки до розділу 1

Сучасний пляжний туризм неможливо розглядати окремо від екологічних стандартів та збереження природної спадщини. Використання міжнародних систем оцінки якості пляжів та впровадження принципів дбайливого ставлення до довкілля стають базовими вимогами для успішного функціонування будь-якого курорту. Цифровізація галузі відіграє значну роль, дозволяючи зробити взаємодію між туристом і місцем відпочинку зручною та інтерактивною. Розумне планування та використання сучасних технологій дозволяють прибережним зонам ефективно справлятися з великим потоком відвідувачів, зберігаючи при цьому затишок та високий рівень комфорту.

На завершення теоретичного аналізу можна підкреслити, що пляжний туризм виступає головним чинником розвитку прибережних територій, змінюючи їхню інфраструктуру та сприяючи соціальному прогресу. Світовий

досвід показує, що країни, які зуміли гармонійно поєднати свої природні переваги з інноваційними підходами до сервісу та екологічною відповідальністю, стають лідерами на міжнародній арені. Опрацьовані теоретичні засади та виявлені тенденції створюють необхідне підґрунтя для переходу до детального вивчення практичного досвіду Туреччини, яка на сьогодні є одним із найуспішніших прикладів реалізації потенціалу пляжного туризму в глобальному масштабі.

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРЕЧЧИНИ

2.1. Природно-кліматичні умови розвитку пляжного туризму в Туреччині

Природно-ресурсний потенціал Турецької Республіки є фундаментом її успіху як однієї з провідних світових дестинацій пляжного туризму. Унікальність **географічного положення** країни полягає в її розташуванні на стику двох континентів, що забезпечує надзвичайне різноманіття природних ландшафтів та кліматичних зон. Туреччина омивається водами чотирьох морів: Середземного, Егейського, Мармурового та Чорного, кожне з яких має специфічні гідрологічні характеристики, що дозволяє диверсифікувати туристичний продукт під різні запити споживачів. Загальна довжина берегової лінії перевищує 8000 кілометрів, що створює практично необмежені можливості для розширення інфраструктури та освоєння нових прибережних територій [14 с.53].

Кліматичні умови країни є визначальним фактором тривалості туристичного сезону. Більша частина прибережних регіонів знаходиться в зоні середземноморського клімату, для якого характерне довге, спекотне та сухе літо, а також м'яка, дощова зима. На південному узбережжі, яке часто називають «Турецькою Рів'єрою» (Анталійське узбережжя), купальний сезон триває з кінця квітня до початку листопада. Середня температура повітря в липні-серпні тут становить +30–35°C, а температура води сягає +27–28°C. Егейське узбережжя характеризується трохи нижчими температурами та

нижчою вологістю повітря, що робить його привабливим для туристів, які важко переносять сильну спеку. Чорноморське узбережжя має помірно теплий і вологий клімат, що зумовлює коротший сезон, але створює умови для розвитку еко-туризму та поєднання пляжного відпочинку з перебуванням у субтропічних лісових зонах [14 с.54].

Таблиця 2.1

Кліматичні показники Туреччини

Регіон	Середня t° повітря (червень-серпень)	Середня t° води (під сезону)	Тривалість сезону (міс.)	Тип узбережжя
Анталійське (Середземне море)	+32°C – +35°C	+27°C	7–8	Переважно піщане
Егейське (Бодрум, Мармарис)	+28°C – +31°C	+24°C	5–6	Піщано-галькове
Мармурове море	+26°C – +28°C	+23°C	4	Галькове
Чорноморське узбережжя	+24°C – +26°C	+22°C	3	Піщано-галькове

*Складено автором за даними Джерело: (<https://sinoptik.ua/mapa/turechchyna>)

За даними таблиці 2.1 Анталійське узбережжя (Середземне море) є абсолютним лідером за всіма рекреаційними параметрами. Найвищі температурні показники повітря (до +35°C) та води (+27°C) у поєднанні з найтривалішим сезоном, що охоплює майже вісім місяців на рік, роблять цей регіон найбільш привабливим для масового сімейного туризму. Переважно піщаний тип узбережжя в районах Лара, Белек та Сіде дозволяє готельним комплексам створювати масштабну інфраструктуру безпосередньо на береговій лінії, що є ключовою конкурентною перевагою Туреччини на світовому ринку.

Натомість Егейське узбережжя, представлене такими центрами як Бодрум і Мармарис, демонструє дещо інші кліматичні характеристики. Нижча середня температура повітря та води (на 3-4 градуси порівняно з

Анталією) створює комфортніші умови для туристів із країн Північної та Центральної Європи, які погано адаптуються до субтропічної спеки. Коротший купальний сезон (5-6 місяців) компенсується унікальним піщано-гальковим рельєфом та високою порізаністю берегової лінії. Це створює умови для розвитку яхтового туризму та клубного відпочинку в ізольованих бухтах, що є основою бізнес-моделі даного регіону.

Окремої уваги заслуговують північні регіони – Мармурове та Чорне моря. Хоча їхня частка у міжнародному пляжному туризмі значно менша через короткий сезон (3-4 місяці) та нижчу температуру води, вони мають стратегічне значення для внутрішнього ринку та специфічних ніш рекреації. Гальковий тип узбережжя та помірні температури (+24°C – +26°C) роблять Чорноморське узбережжя ідеальним для літнього відпочинку, поєднаного з активним туризмом у горах.

Таким чином, дані таблиці 2.1 підтверджують гіпотезу про те, що природне розмаїття Туреччини дозволяє країні уникати внутрішньої конкуренції між регіонами. Завдяки різним типам узбережжя та кліматичним режимам, Туреччина здатна задовольнити попит як прихильників класичного «пасивного» відпочинку на піщаних пляжах Середземномор'я, так і поціновувачів активного дозвілля та комфортних температур на заході та півночі країни. Це забезпечує гнучкість маркетингової стратегії та високу завантаженість готельної бази протягом усього року, враховуючи перехід від пляжного до бальнеологічного відпочинку в міжсезоння.

Гідрографічні особливості турецьких морів безпосередньо впливають на якість рекреаційних послуг. Середземне море відрізняється високою солоністю (близько 39‰) та прозорістю води, що є важливим показником для розвитку дайвінгу та снорклінгу. Егейське море, завдяки великій кількості островів та порізаності берегової лінії, ідеально підходить для яхтингу та вітрильного спорту. Наявність численних закритих бухт захищає пляжі від сильних хвиль, що робить регіони Фетхіє та Бодрума пріоритетними для сімейного відпочинку. Чистота прибережних вод регулярно підтверджується

на міжнародному рівні: Туреччина стабільно входить до трійки світових лідерів за кількістю пляжів, що отримали нагороду «Блакитний прапор», що є критично важливим для сучасного екологічно свідомого туриста [17 с.21].

Рельєф берегової зони також відіграє роль у формуванні туристичних кластерів. На півдні гори Тавр підходять близько до моря, створюючи мальовничі краєвиди та захищаючи узбережжя від холодних північних вітрів. Це створює особливий мікроклімат у таких регіонах, як Кемер, де соснові ліси межують із пляжною смугою, забезпечуючи високу іонізацію повітря та цілющі властивості атмосфери. На відміну від гірського півдня, регіон Белека характеризується рівнинним ландшафтом із широкими піщаними пляжами та евкаліптовими гаями, що дозволило розбудувати там масштабні готельні комплекси з гольф-полями світового класу.

Окремим природним багатством Туреччини є її **бальнеологічні ресурси**, які часто розташовані в безпосередній близькості до морського узбережжя. Поєднання морської води (таласотерапія) з мінеральними та термальними джерелами дозволяє трансформувати концепцію чистого пляжного туризму у лікувально-оздоровчу рекреацію. Це дає змогу готелям пропонувати SPA-програми, що підвищує додану вартість туристичного продукту та сприяє подовженню сезону. Наприклад, наявність термальних джерел поблизу Чешме (Егейське узбережжя) робить цей регіон популярним не лише для літнього купання, а й для оздоровлення у міжсезоння .

Екологічна ситуація та біорізноманіття прибережних вод також є значущим компонентом природних умов. Туреччина активно впроваджує програми захисту рідкісних видів, таких як морські черепахи *Caretta Caretta* (пляж Ізтузу в Дальяні та узбережжя Белека), що привертає увагу прихильників еко-туризму. Збереження природної чистоти пляжів та обмеження забудови у заповідних зонах дозволяють підтримувати високий рівень привабливості DESTINATION. Поєднання стабільного сонячного випромінювання, оптимальної вологості та чистої морської води створює ідеальне середовище для відновлення здоров'я, що є головною мотивацією

для масового споживача.

Підсумовуючи аналіз природно-кліматичних умов, слід зауважити, що саме гармонійне поєднання тривалого сонячного сезону, різноманітності морських басейнів та унікальних ландшафтів робить Туреччину конкурентоспроможною на глобальному рівні. Природні ресурси країни не просто є пасивною базою для відпочинку, а активно використовуються для сегментації ринку: від бюджетного масового відпочинку на широких піщаних пляжах до елітного яхтингу та wellness-туризму в затишних бухтах. Розумне використання цих переваг, підкріплене інфраструктурним розвитком, дозволяє країні мінімізувати вплив негативних погодних факторів та забезпечувати стабільний притік туристів протягом більшої частини року.

2.2.Історичні етапи формування турецького туристичного ринку

Становлення Туреччини як глобального лідера пляжного рекреаційного сегмента не було випадковим процесом, а стало результатом послідовної державної стратегії, що пройшла кілька ключових етапів. Історична ретроспектива дозволяє зрозуміти, як країна з мінімальною інфраструктурою змогла за пів століття випередити традиційних європейських лідерів.

Таблиця 2.2.

Еволюція державної політики Туреччини в галузі туризму*

<i>Період</i>	<i>Назва етапу</i>	<i>Ключові заходи та досягнення</i>	<i>Результат для ринку</i>
1960-1980	Етап зародження	Створення Міністерства туризму, будівництво перших державних готелів.	Формування базової бази відпочинку.
1982-2000	Інвестиційний бум	Прийняття Закону про стимулювання туризму, приватизація землі.	Перехід до масового міжнародного туризму.
2000-2015	Глобальна експансія	Агресивний маркетинг, розвиток авіації (Turkish Airlines), стандартизація сервісу.	Вихід у Топ-10 світових лідерів за прибуттями.

2016- н.ч	Диверсифікація та цифровізація	Сертифікація «Safe Tourism», розвиток Wellness та Smart-дестинацій.	Стійкість до криз та підвищення середнього чеку.
-----------	--------------------------------	---	--

*Складено автором на основ (Тонкошкур М. В. Історія туризму.)

Початковий етап (1950-1980-ті роки) характеризувався закладанням законодавчого фундаменту. У цей період туризм розглядався як другорядна галузь, а потік відвідувачів був переважно внутрішнім або обмеженим елітарними групами з Європи. Важливою віхою стало створення Міністерства туризму у 1963 році та прийняття перших планів розвитку, де прибережні зони Анталії та Егейського моря були визначені як пріоритетні для майбутньої забудови. Однак справжній прорив відбувся лише на початку 1980-х років із прийняттям Закону про стимулювання туризму (1982 р.).

Цей документ став відправною точкою **другого етапу** – періоду інтенсивного інвестиційного зростання (1980-ті – кінець 1990-х рр.). Держава взяла на себе роль головного архітектора галузі, запровадивши безпрецедентні пільги для інвесторів: безоплатну оренду землі на тривалий термін (до 49 років), звільнення від податків на імпорту будівельних матеріалів та низьковідсоткові кредити. Саме в цей період розпочалася масова забудова Анталійського узбережжя. Було закладено фундамент моделі «All Inclusive», яка дозволила Туреччині запропонувати ринку продукт із найкращим співвідношенням ціни та якості, що швидко витіснив дорожчі європейські аналоги.

Третій етап (2000-ті – 2015 рр.) характеризувався виходом Туреччини на рівень глобальної експансії. У цей час країна почала активно інвестувати не лише в готелі, а й у транспортну доступність. Модернізація аеропортів в Анталії та Бодрумі, а також перетворення національного перевізника на одного з найбільших гравців світового авіаринку, зробили подорож до Туреччини максимально зручною. Галузь почала демонструвати стрімке зростання кількості іноземних прибуттів, що вивело країну в число десяти найбільш відвідуваних держав світу. На цьому етапі було досягнуто високого

рівня стандартизації послуг, що сформувало в очах світової спільноти бренд Туреччини як «найкращої сімейної дестинації».

Сучасний етап розвитку, що розпочався приблизно з 2016 року, проходить під знаком адаптації до глобальних викликів та диверсифікації туристичного продукту. Незважаючи на низку геополітичних потрясень та пандемію COVID-19, турецький туристичний сектор продемонстрував надзвичайну гнучкість. Запровадження національної програми сертифікації «Безпечний туризм» дозволило країні однією з перших у світі відновити туристичні потоки. Сьогодні стратегія розвитку фокусується на відході від виключно низькобюджетного масового сегменту до залучення платоспроможної аудиторії через розвиток преміальних сервісів, гольф-туризму та поєднання пляжного відпочинку з культурними подіями .

2.3. Основні туристичні регіони та курорти Туреччини

Сучасний ринок пляжного туризму Туреччини характеризується чіткою регіональною спеціалізацією, де кожен географічний кластер орієнтований на певну цільову аудиторію та пропонує специфічний набір послуг (див. табл. 2.3). Головним туристичним хабом країни залишається **Анталійське узбережжя** (Середземне море) (див. рис. 2.1), яке акумулює понад половину всього міжнародного потоку.

Таблиця 2.3.

Порівняльна характеристика провідних курортних зон Туреччини

<i>Курорт</i>	<i>Цільова аудиторія</i>	<i>Тип пляжів</i>	<i>Ключова спеціалізація</i>
Белек	VIP-туристи, гольфісти	Пісок	Розкіш, гольф, SPA
Кемер	Молодь, сім'ї	Галька	Природа, гори, нічні клуби
Аланія	Бюджетні туристи, сім'ї	Пісок / Галька	Доступність, аквапарки
Бодрум	Еліта, активна молодь	Пісок / Платформи	Яхтинг, дизайн-готелі
Фетхіє	Поціновувачі природи	Пісок / Галька	Спокійний

Складено автором на основі [<https://theartoflivinginturkey.com/7-spectacular-regions-in-turkey/>]



Рис 2.1.

Анталійське узбережжя Туреччини [<https://theartoflivinginturkey.com/7-spectacular-regions-in-turkey/>]

Цей регіон представлений низкою курортів, що стали еталонними для моделі «All Inclusive». Зокрема, **Анталія** виступає не лише транспортним вузлом, а й центром міського пляжного відпочинку. **Белек** спеціалізується на преміальному сегменті, пропонуючи готелі класу «люкс» і гольф-поля світового рівня. **Кемер**, завдяки поєднанню хвойних лісів і гірського рельєфу, є пріоритетним для активного відпочинку, тоді як **Аланія** та **Сіде** залишаються лідерами масового бюджетного та сімейного туризму завдяки широким піщаним пляжам та пологим входам у море.

Егейське узбережжя Туреччини пропонує кардинально іншу концепцію відпочинку, яку часто називають «європейською». Основними центрами тут є **Бодрум**, **Мармарис** і **Фетхіс**. Бодрум відомий своєю специфічною архітектурою в грецькому стилі та активним нічним життям, що приваблює молодь та елітарні верстви населення. Мармарис,

розташований у закритій бухті, є головним центром яхтингу та вітрильного спорту в країні. Фетхіє та сусіднє Олюденіз відомі своїми унікальними природними ландшафтами, зокрема Блакитною лагуною, що робить цей регіон центром еко-туризму та парапланеризму. На відміну від Анталії, курорти Егейського моря характеризуються нижчою вологістю та м'якшим кліматом, що зумовлює їхню популярність серед західноєвропейських туристів.

Окремим перспективним напрямом є регіон **Мармурового моря**, де ключову роль відіграє курорт **Чешме** поблизу Ізміра. Він славиться своїми термальними джерелами та ідеальними умовами для віндсерфінгу та кайтсерфінгу. Хоча цей регіон менше задіяний у масових чартерних програмах, він має високий потенціал для розвитку Wellness-туризму.

Чорноморське узбережжя Туреччини (Трабзон, Різе, Синоп) наразі перебуває на етапі активного формування туристичної інфраструктури. Його специфіка полягає в орієнтації на арабський ринок і внутрішнього туриста, які цінують прохолоду, зелені ландшафти та автентичну культуру, що створює контраст із традиційними «сонячними» курортами півдня.

Розвиток цих регіонів підкріплений потужним інфраструктурним забезпеченням. Кожен із зазначених кластерів має доступ до міжнародних аеропортів (Анталія, Даламан, Мілас-Бодрум, Ізмір), що забезпечує високу транспортну мобільність. Державна стратегія розвитку територій передбачає подальшу децентралізацію туризму, щоб зменшити антропогенне навантаження на Анталію та стимулювати економічне зростання менш освоєних прибережних зон.

Аналіз регіональної структури показує, що Туреччина створила унікальну «багатопротильну» дестинацію, де в межах однієї країни співіснують різні за ціною та концепцією курорти, що дозволяє мінімізувати ризики сезонності та забезпечувати стабільний прибуток незалежно від коливань попиту на окремих сегментах ринку.

2.4. Туристична інфраструктура та готельно-ресторанний сектор

Сучасна туристична інфраструктура Туреччини є однією з найбільш розвинених та інноваційних у світі, що дозволяє країні конкурувати з визнаними європейськими DESTINATIONAMI. Готельно-ресторанний сектор виступає ключовою ланкою цієї системи, базуючись на принципах вертикальної інтеграції та високих стандартів обслуговування.

Характерною рисою турецької готельної бази є домінування великомасштабних комплексів категорій 4* та 5*, які функціонують за принципом «міста в місті». Це означає, що готель забезпечує не лише проживання, а й повний цикл послуг: від власної ресторанної мережі та SPA-центрів до аквапарків та торгових галерей. Така концентрація послуг дозволяє максимізувати внутрішній дохід підприємства та забезпечити туристам високий рівень комфорту без необхідності залишати територію курорту.

1. Яскравим прикладом успішної бізнес-моделі у готельному секторі Туреччини є мережа *Rixos Hotels*. Заснована в Туреччині, вона стала глобальним брендом, що спеціалізується на сегменті «Luxury All Inclusive». Стратегія Rixos базується на створенні гігантських тематичних проєктів, як-от *The Land of Legends* в Белеку. Це не просто готель, а інтегрований курорт, що включає масштабний тематичний парк, шопінг-авеню та готельну зону. Така інфраструктурна модель дозволяє залучати різні потоки туристів: від сімей з дітьми до бізнес-делегацій. Мережа Rixos демонструє, як турецький капітал трансформував концепцію «все включено», додавши до неї елементи високої гастрономії (Fine Dining) та ексклюзивних розважальних шоу світового рівня [<https://theturkeytraveler.com/beach-towns-coastal-cities-in-turkey/>].

Ресторанний сектор у межах пляжного туризму Туреччини також зазнав значних змін. Відбувся перехід від стандартних шведських столів до розвитку мережі спеціалізованих ресторанів «A la carte» безпосередньо на території готелів. Це дозволяє дегустувати як автентичну турецьку кухню, так і світові гастрономічні хіти, що значно підвищує якість продукту. Поза

межами готелів активно розвивається гастрономічна інфраструктура в маринах (яхтових портах), таких як Yalıkavak Marina у Бодрумі, де представлені ресторани преміум-класу (наприклад, мережа Nusr-Et), що приваблює найбільш платоспроможну аудиторію та власників супер-яхт .

Транспортна та допоміжна інфраструктура доповнює готельний сервіс. Модернізація аеропортів (зокрема новий термінал в Анталії) та будівництво сучасних автобанів скоротили час трансферу до курортів, що є важливим фактором для короткострокових подорожей. Розвиток мережі марин та гольф-полів світового стандарту (зокрема в Белеку, який визнано найкращим гольф-центром Європи) дозволяє Туреччині диверсифікувати джерела доходів та уникати залежності виключно від масового пляжного відпочинку. Таким чином, готельно-ресторанний сектор країни сьогодні є високотехнологічною індустрією, що задає світові тренди в організації масового та елітарного відпочинку. Особливістю готельного ринку Туреччини є чітка ієрархія брендів, кожен з яких формує унікальний стандарт сервісу.

2. Окрім згаданої мережі Rixos, на ринку домінують великі національні готельні холдинги, які фактично диктують моду в сегменті пляжного відпочинку. Зокрема, мережа *Barut Hotels* є прикладом класичного турецького гостинності з акцентом на якість сервісу та високий рівень лояльності клієнтів. Їхня стратегія базується на поєднанні сімейного відпочинку з елегантною атмосферою, що дозволяє їм утримувати лідерські позиції в регіонах Сіде та Анталії [booking].

Інший важливий гравець – мережа *Maxx Royal Resorts*, яка встановила нову планку для поняття «**Luxury**» в Туреччині. Їхні готелі в Кемері та Белеку орієнтовані на індивідуальний підхід: за кожним номером закріплюється персональний асистент, а інфраструктура включає приватні вілли та вертолітні майданчики, що задовольняє потреби найвибагливіших світових VIP-туристів .

Масовий сегмент якісного відпочинку успішно представляють такі

мережі, як:

- *Titanic Hotels* – відомі своєю унікальною архітектурою (наприклад, готель у формі лайнера) та потужними спортивними спорудами, що робить їх популярними серед футбольних команд для зборів у міжсезоння;
- *Delphin Hotels & Resorts* – сімейні готелі з акцентом на величезні парки розваг, аквапарки та анімаційні програми, що робить їх лідерами за показником «повернення клієнта»;
- *Crystal Hotels* – найбільша мережа в Туреччині за кількістю об'єктів, що охоплює середній ціновий сегмент, забезпечуючи доступність якісного «All Inclusive» для широких верств населення.

Таблиця 2.4

Спеціалізація провідних готельних мереж Туреччини

<i>Мережа готелів</i>	<i>Основна концепція</i>	<i>Пріоритетні регіони</i>
Maxx Royal	Ультра-люкс, персоналізація	Белек, Кемер
Gloria Hotels	Спорт, гольф, професійний дитячий сервіс	Белек
Voyage Hotels	Стильний дизайн, "Adult Only" зони	Белек, Бодрум, Соргун
Amara World	Еко-концепція, VIP-гастрономія	Кемер, Сіде
Nirvana Hotels	Vegan-friendly, pet-friendly, природа	Кемер, Белек

3. *Складено автором на основі [booking]

Дані, наведені у таблиці 2.4, демонструють високий рівень сегментації турецького готельного ринку, де кожен великий холдинг формує унікальну ціннісну пропозицію для конкретної цільової групи. Такий підхід дозволяє Туреччині уникати внутрішньої цінової конкуренції та охоплювати всі рівні платоспроможного попиту – від преміального індивідуального туризму до масового сімейного відпочинку.

Особливе місце в ієрархії посідає мережа *Maxx Royal*, стратегія якої базується на концепції «гіпер-персоналізації». Аналіз показує, що

зосередження об'єктів цієї мережі в Белеку та Кемері не є випадковим: саме ці регіони мають необхідну природну базу для створення ізольованих VIP-зон. Впровадження інституту персональних асистентів та орієнтація на ультра-люкс сегмент дозволяє мережі утримувати найвищий середній чек на ринку, залучаючи аудиторію, яка раніше надавала перевагу Французькій Рів'єрі або Мальдівам [booking].

На противагу цьому, мережі *Voyage Hotels* та *Nirvana Hotels* демонструють успішну роботу з нішевими запитами сучасного туриста. Зокрема, бренд *Voyage* фокусується на поєднанні високого стилю та зон «Adult Only» (тільки для дорослих), що відповідає глобальному тренду на спокійний, естетичний відпочинок без шуму, характерного для масових курортів. У свою чергу, мережа *Nirvana* активно впроваджує принципи сталого розвитку та еко-концепції, пропонуючи послуги, адаптовані для веганів (Vegan-friendly) та власників домашніх тварин (Pet-friendly). Це свідчить про перехід турецького сервісу від стандартизованого продукту до гнучких моделей, що враховують етичні та дієтичні вподобання гостей .

Спортивна та оздоровча спеціалізація, представлена мережею *Gloria Hotels*, підкреслює прагнення турецького готельного сектору подолати проблему сезонності. Наявність власних гольф-полів професійного рівня та потужних тренувальних баз дозволяє цим об'єктам підтримувати високу завантаженість навіть у зимові місяці за рахунок спортивних зборів та міжнародних турнірів [booking].

Таким чином, розгалужена структура готельних мереж, представлена в таблиці 2.4, є головним інструментом диференціації турецького туристичного продукту. Кожна мережа виступає як окремий бренд-амбасадор певної філософії відпочинку, що в сукупності створює образ Туреччини як універсальної дестинації, здатної задовольнити запити будь-якої складності.

Ефективність туристичної інфраструктури Анталійського узбережжя безпосередньо залежить від кількісного та якісного складу готельної бази.

Як свідчать статистичні дані та аналіз систем бронювання (зокрема Booking.com) , регіон демонструє найвищу в Середземномор'ї концентрацію готелів категорії 5* (див. рис. 2.2).



Рис 2.2. Кількість 5 зіркових готелів на курортах Анталійського узбережжя[booking.com]

Центральним хабом розкоші та гольф-туризму є **Белек**. За наявними даними, тут зосереджено понад 70 п'ятизіркових комплексів. Висока концентрація luxury-об'єктів у цьому районі обумовлена стратегією розвитку преміального сервісу та наявністю гольф-полів світового рівня. Саме в Белеку функціонують флагмани турецької гостинності, такі як *Maxx Royal Belek Golf Resort*, *Voyage Belek Golf & Spa* та *Selectum Luxury Resort Belek*.

Провінція **Анталія** (райони Лара та Кунду) посідає друге місце, пропонуючи від 60 до 70 готелів найвищої категорії. Цей регіон вирізняється концептуальними готелями зі специфічною архітектурою та високим рівнем сервісу для сімейного відпочинку (наприклад, *Barut Lara* та *Concorde De Luxe Resort*).

Кемер, маючи в арсеналі близько 46–50 готелів категорії 5*, спеціалізується на елітарному відпочинку серед природних ландшафтів. Прикладом найвищого стандарту сервісу в цьому районі є *Maxx Royal Kemer Resort*, який задає тренди в індивідуальному підході до кожного гостя.

Райони **Сіде** та **Аланія**, хоча і мають меншу кількість об'єктів 5* (відповідно до 45 та 35 одиниць), активно розвиваються шляхом реновації існуючих потужностей та будівництва нових дизайнерських готелів, таких як *Acanthus Cennet Barut Collection*.

Загалом, наведена структура підтверджує, що Анталійське узбережжя є багатопрофільним кластером. Белек виступає як «центр розкоші», Лара – як «транспортно-сервісний хаб», а Кемер та Сіде – як зони гармонійного поєднання природних ресурсів і сервісу високого класу. Така територіальна організація дозволяє Туреччині ефективно розподіляти туристичні потоки та забезпечувати стабільно високу якість продукту в межах всього узбережжя.

Егейське узбережжя Туреччини є стратегічно важливим макрорегіоном, який формує альтернативну модель турецького турпродукту, орієнтовану на європейські стандарти сервісу, яхтинг та елітарний відпочинок. Попри те, що за кількістю об'єктів категорії 5★ цей регіон поступається Анталійському узбережжю, він демонструє вищу якісну диверсифікацію та орієнтацію на індивідуалізацію послуг. Центральним ядром преміум-сегменту регіону виступає **Бодрум**.

Як демонструє рис. 2.3, Бодрум є абсолютним лідером із показником у 58 готелів категорії 5★, що становить близько 35-40% від загальної кількості люксових-готелів усього Егейського узбережжя. Специфіка Бодрума полягає у розвитку «клубного люксу»: тут домінують не масивні багатоповерхові комплекси, а віллові структури та дизайнерські бутік-готелі міжнародних мереж (наприклад, *Amanruya*, *Mandarin Oriental*, *Rixos Premium Bodrum*). Розвиток яхтового туризму та наявність марин світового рівня (зокрема *Yalıkavak Marina*) роблять цей курорт ключовим центром тяжіння для

власників супер-яхт та VIP-туристів.



Рис 2.3 Кількість 5 зіркових готелів на курортах Егейського узбережжя[booking.com]

Мармарис (34 готелі 5★) та **Кушадаси** (26 готелів 5★) традиційно поєднують масовий пляжний відпочинок із круїзним сегментом. Кушадаси, завдяки близькості до античного Ефеса, є головним портом заходу для великих лайнерів, що стимулює розвиток готелів ділового та екскурсійного спрямування.

Особливої уваги заслуговують **Фетхіє** та **Чешме**. Хоча кількісні показники тут нижчі (22 та 18 готелів відповідно), ці курорти формують нішевий продукт. Фетхіє спеціалізується на «тихому люксі» та інтеграції готелів у природний ландшафт (наприклад, *Hillside Beach Club*), тоді як Чешме перетворюється на головний бальнеологічний центр, де 5★ готелі обов'язково включають потужні термальні та SPA-комплекси.

Таким чином, інфраструктура Егейського узбережжя характеризується вищою часткою об'єктів «Boutique Luxury», що приваблює туристів, які цінують приватність та автентичність. Поєднання розгалуженої мережі сучасних марин, історичної спадщини античності та стійкого розвитку готельного сектору дозволяє Егейському регіону стабільно нарощувати

частку в загальному доході туристичної галузі Туреччини, виступаючи гарантом якісного та багатопрофільного відпочинку.

Висновки до розділу 2

Проведений у другому розділі аналіз дозволяє зробити комплексний висновок щодо сучасного стану та особливостей розвитку пляжного туризму в Турецькій Республіці. Успіх країни на світовому ринку рекреаційних послуг є результатом синергії унікального природно-ресурсного потенціалу, далекоглядної державної політики та високоефективної інфраструктурної моделі.

Природно-кліматичні умови Туреччини є фундаментальною базою для диверсифікації туристичного продукту. Наявність чотирьох морських басейнів із різними гідрологічними та температурними характеристиками дозволяє країні охоплювати різні сегменти попиту. Якщо Середземноморське узбережжя з його субтропічним кліматом та тривалим сезоном (до 8 місяців) ідеально підходить для масового сімейного туризму, то Егейське узбережжя, завдяки нижчій вологості та порізаності берегової лінії, сформувало нішу елітарного яхтингу та бутік-відпочинку.

Вивчення історичних етапів формування галузі показало, що турецька модель розвитку туризму пройшла шлях від стихійного внутрішнього ринку до високотехнологічної індустрії світового рівня. Ключовим фактором зростання стала активна роль держави, яка через законодавчі стимули 1980-х років залучила масштабні приватні інвестиції. Динаміка туристичних прибуттів, проаналізована у розділі, демонструє надзвичайну стійкість сектору до глобальних криз (зокрема пандемії COVID-19) та його здатність до швидкого «V-подібного» відновлення, що свідчить про високу адаптивність бізнес-процесів у галузі.

Аналіз регіональної структури та готельної інфраструктури виявив чітку спеціалізацію курортних зон. Дослідження підтвердило домінуючу роль Анталійського узбережжя як глобального центру концентрації 5★ готелів, де Белек виступає флагманом luxury-сегменту та гольф-туризму.

Встановлено, що турецький готельний бізнес перейшов від стандартизованої моделі «All Inclusive» до створення інтегрованих розважальних комплексів (на прикладі мереж Rixos та Maxx Royal), які працюють за принципом замкненого циклу споживання послуг. На противагу цьому, Егейське узбережжя (Бодрум, Чешме) успішно розвиває концепцію «Lifestyle-туризму», роблячи ставку на гастрономію, Wellness та індивідуалізацію сервісу.

У підсумку, туристичний сектор Туреччини на сучасному етапі є зрілою, вертикально інтегрованою індустрією. Потужна готельна база, що нараховує сотні об'єктів преміум-класу, у поєднанні з розвиненим авіасполученням та сучасними маринами, створює конкурентні переваги, які важко відтворити в інших регіонах Середземномор'я.

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

3.1. Роль пляжного туризму в економіці країни

Пляжний туризм є одним із найбільш масових та високоприбуткових сегментів світового туристичного ринку. Для країн, що мають вихід до моря, цей сектор виступає потужним каталізатором економічного розвитку, забезпечуючи значні валютні надходження, стимулюючи розвиток інфраструктури та створюючи робочі місця.

Ключові показники економічного впливу. Економічна роль пляжного туризму оцінюється через систему прямих та опосередкованих показників:

1. *Прямий внесок:* Витрати туристів на проживання, харчування, розваги та транспорт безпосередньо в курортних зонах.
2. *Непрямий внесок:* Інвестиції в будівництво готелів, закупівля продуктів харчування у місцевих фермерів, розвиток суміжних галузей.
3. *Ефект мультиплікатора:* Кожна грошова одиниця, витрачена туристом, «обертається» в економіці, створюючи додатковий дохід для населення.

Соціальний аспект економічного впливу полягає у створенні робочих місць. Пляжний туризм є надзвичайно трудомісткою галуззю, де автоматизація не може повністю замінити «живий» сервіс. Це забезпечує роботою як висококваліфікованих менеджерів, так і працівників з базовою освітою, що є важливим для прибережних регіонів, які часто віддалені від промислових центрів. Розвиток морських курортів сприяє децентралізації економіки, оскільки стимулює інвестиції в інфраструктуру депресивних приморських районів. Будівництво доріг, модернізація комунікацій, відкриття нових аеропортів та медичних центрів, що здійснюється для потреб турбізнесу, суттєво підвищує якість життя місцевого населення.

Пляжний туризм відіграє критичну роль у децентралізації економіки. Найчастіше промислові центри зосереджені в глибині країни, тоді як

прибережні зони можуть залишатися депресивними. Розвиток морських курортів трансформує ці регіони:

-розвиток інфраструктури подвійного призначення: аеропорти, дороги, системи очищення води та електромережі, побудовані «для туристів», стають доступними для місцевого населення, підвищуючи рівень їхнього життя;

-стимулювання малого та середнього бізнесу: пляжна зона – це ідеальне середовище для розвитку сімейного бізнесу: міні-готелів, кафе, сувенірних лавок, сервісів прокату;

4. Детальний аналіз структури витрат туристів у пляжному сегменті дозволяє визначити пріоритетні напрямки для інвестування та оцінити потенціал зростання суміжних галузей. Як свідчать дані, найбільшу питому вагу (35%) займають витрати на проживання (див. рис. 3.1). Це підтверджує капіталомісткість галузі: розвиток пляжного туризму потребує постійного оновлення готельного фонду, впровадження сучасних систем автоматизації та підвищення категорії засобів розміщення. Висока частка витрат на проживання також означає, що готельний сектор є основним платником податків у курортних зонах [https://www.ktb.gov.tr/?_Dil=2].

Другою за значущістю статтею витрат є харчування (25%). Цей показник має критичне значення для місцевих виробників сільськогосподарської продукції. Розвиток гастрономічного складника у межах пляжних курортів створює стабільний ринок збуту для локальних фермерських господарств та харчової промисловості, що дозволяє зменшити залежність від імпорту та підвищити рівень продовольчої безпеки регіону.

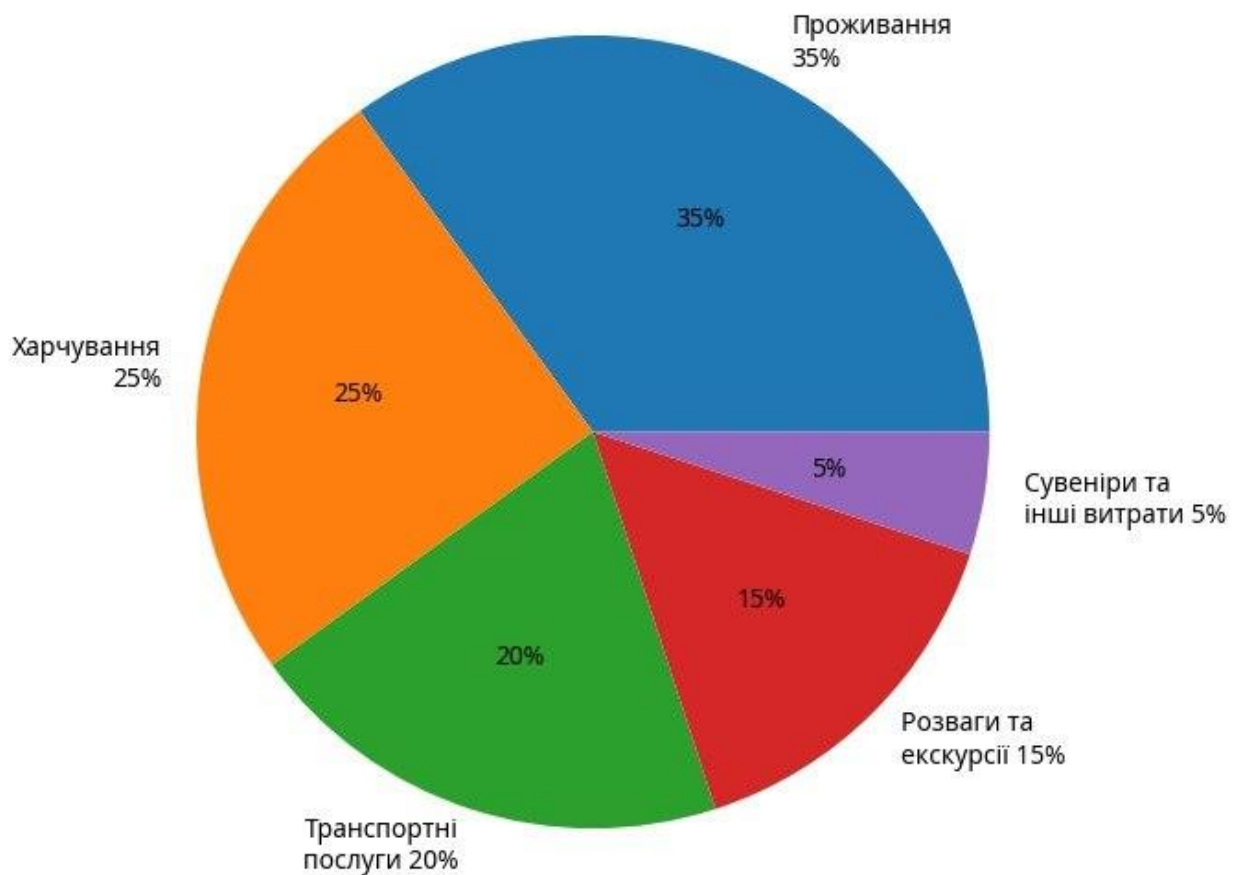
Транспортні послуги (20%) та сфера розваг (15%) формують інфраструктурний каркас дестинації. Витрати на транспорт стимулюють розвиток як внутрішнього сполучення, так і міжнародних перевезень, що своєю чергою сприяє модернізації аеропортів та доріг. Сектор розваг та екскурсій, хоч і займає меншу частку, є ключовим для створення унікального туристичного продукту та подовження тривалості перебування туриста в

країні.

Варто зауважити, що така структура споживання забезпечує рівномірне розсіювання коштів між великим бізнесом (мережеві готелі, авіакомпанії) та малим і середнім підприємництвом (ресторани, сувенірні лавки, локальні гіді). Це створює стійку економічну екосистему, де добробут місцевої громади прямо залежить від ефективності функціонування туристичного кластера. Оптимізація цієї структури через збільшення частки додаткових послуг (SPA, оздоровлення, культурні заходи) є одним із головних завдань для підвищення середнього чека та загальної рентабельності галузі.

Структура витрат туристів у пляжному сегменті

Рис. 3.1. Структура витрат туристів у пляжному сегменті



(Рис. 3.1 Структура витрат туристів у пляжному сегменті)

5. Важливою характеристикою сучасного стану є збільшення середньої тривалості перебування туриста та зростання середнього чека. Якщо у 2010-х роках ринок тримався на стратегії «низької ціни та масовості», то сьогодні акцент змістився на сегменти **Premium** та **Luxury**. Це підтверджується зростанням кількості готелів категорій 5* та Boutique, які формують понад 60% валютних надходжень сектору [<https://wtcc.org/research/economic-impact>].

Динаміка ринку тісно пов'язана з геополітичною ситуацією та інфляційними процесами. Незважаючи на внутрішню інфляцію в Туреччині, ринок пляжного туризму демонструє парадоксальну стійкість. Це пояснюється тим, що ціноутворення для іноземних туристів прив'язане до євро та долара, що дозволяє готельєрам зберігати маржинальність бізнесу та інвестувати в реновацію фондів.

Державна підтримка також відіграє вирішальну роль. Програми субсидування чартерних рейсів та податкові пільги для будівництва нових рекреаційних об'єктів у менш освоєних регіонах (наприклад, на узбережжі Чорного моря або в провінції Мерсін) створюють підґрунтя для подальшої експансії ринку.

3.2. Аналіз динаміки та сучасного стану розвитку ринку

Аналіз динаміки туристичних прибуттів до Туреччини за період 1990–2024 років (див. рис. 3.1) демонструє вражаючу стійкість і стратегічну значущість сектору для національної економіки.

Як ми бачимо на графіку за понад тридцять років країна здійснила масштабний стрибок: з 5,4 млн прибуттів на початку 90-х до рекордного показника у понад 60 млн осіб у 2024 році.

Рис. 3.1 Динаміка туристичних прибуттів до Туреччини (1990-2024 роки) [<https://www.unwto.org/>]



Рис.

3.1

Динаміка туристичних прибуттів до Туреччини (1990-2024 роки)

[<https://www.unwto.org/>]

Така висхідна траєкторія має ряд критичних економічних наслідків:

- *валютна стабілізація*: постійне зростання кількості туристів, що особливо чітко простежується після 2000-х років, перетворило пляжний туризм на головне джерело твердої валюти. У періоди високої інфляції ліри саме ці надходження допомагають Туреччині балансувати платіжний баланс, покриваючи значну частину дефіциту зовнішньої торгівлі;

- *стійкість до криз (V-подібне відновлення)*: рисунок 3.1 наочно фіксує глибоке падіння у 2020 році через пандемію COVID-19, проте стрімке відновлення у 2021-2024 роках свідчить про високу адаптивність турецької економічної моделі. Швидке повернення до тренду зростання дозволило країні уникнути затяжної рецесії в прибережних регіонах;

- *мультиплікативний ефект*: зростання прибуттів до 60 млн осіб означає колосальне навантаження на суміжні галузі. Це стимулювало будівництво сучасних аеропортів (зокрема в Стамбулі та Анталії), розвиток агропромислового комплексу для забезпечення потреб All-inclusive та створення мільйонів робочих місць.

Кількість туристичних прибуттів на рисунку 3.1 підтверджує, що пляжний туризм залишається фундаментом економічного процвітання Туреччини. Збільшення потоку туристів майже у 12 разів за досліджуваний період перетворило країну з регіонального гравця на одного зі світових лідерів, де доходи від туризму складають вагомую частку ВВП, безпосередньо впливаючи на рівень добробуту населення та інвестиційну привабливість держави.

6. Сучасний стан ринку визначається кількома ключовими **трендами**, що змінюють ландшафт пляжних дестинацій [<https://theturkeytraveler.com/beach-towns-coastal-cities-in-turkey/>]:

- *екологізація та «блакитні прапори»*: Туреччина посідає одне з провідних місць у світі за кількістю пляжів з «Блакитним прапором». Екологічний стан узбережжя став вагомим економічним активом. Сучасні туристи готові платити на 15-20% більше за проживання в готелях, що мають сертифікати сталого розвитку (Green Key, LEED);

- *гібридизація послуг*: зростання кількості дистанційних працівників призвело до появи формату «пляжного офісу». Ринкові гравці адаптують інфраструктуру, забезпечуючи високошвидкісний інтернет та коворкінги безпосередньо в курортних зонах;

- *персоналізація та Wellness-складник*: сучасний аналіз показує, що «чистий» пляжний відпочинок поступово витісняється комплексним продуктом. Ринкову перевагу отримують готелі, що пропонують таласотерапію, детокс-програми та активні види спорту (сап-серфінг, дайвінг, вітрильний спорт).

Аналіз конкурентного середовища. Ринок пляжного туризму є висококонкурентним. Туреччина веде активну боротьбу за туриста з країнами Середземномор'я (Греція, Іспанія, Єгипет).

Порівняно з Єгиптом Туреччина виграє за рахунок якості сервісу та різноманітності природи, хоча має коротший сезон.

Порівняно з Грецією та Іспанією турецький ринок залишається більш

привабливим у розрізі «ціна-якість», особливо для сімейного сегмента, завдяки розвиненій інфраструктурі дитячого відпочинку.

Ринок пляжного туризму Туреччини протягом останніх двох десятиліть демонструє загальну тенденцію до зростання, однак із певними періодами спаду, що були пов'язані з глобальними кризами, політичною нестабільністю та пандемією COVID-19.

Найактивніше зростання спостерігалось у 2010-2019 роках (див. табл. 3.2), коли Туреччина зміцнила позиції як один із провідних світових туристичних напрямків. Основним драйвером розвитку виступав саме пляжний туризм у регіонах Анталія, Мугла та Ізмір, які формують більшу частину доходів країни. Аналіз довгострокової динаміки показує, що туристичний ринок Туреччини розвивається хвилеподібно, однак із чіткою висхідною тенденцією [<https://www.unwto.org/>].

У період 2005-2015 років спостерігалось поступове зростання доходів, що було пов'язано з активним розвитком готельної інфраструктури за системою «all inclusive», розширенням авіасполучення та підвищенням популярності серед європейських туристів. Туреччина в цей час остаточно закріпилася як один із головних пляжних напрямків Середземномор'я.

Таблиця 3.2

Доходи від туризму в Туреччині

Рік	Доходи (млрд \$)	Коментар
2005	18	Формування масового туризму
2010	25	Активний розвиток курортів
2015	31	Пік перед політичними ризиками
2017	26	Спад через політичну нестабільність
2018	30	Початок відновлення
2019	34	Передпандемічний максимум
2020	12	Різкий спад через COVID-19
2021	24	Часткове відновлення
2022	46	Стрімке відновлення ринку
2023	56	Вихід на рекордні показники
2024	61	Подальше зростання

*Складено автором на основі [<https://www.unwto.org/>]

Період 2016 року характеризується тимчасовим спадом, який був спричинений внутрішньополітичною нестабільністю та зниженням туристичної безпеки. Однак уже з 2017 року ринок почав поступово відновлюватися.

Найбільш критичним став 2020 рік, коли через пандемію COVID-19 доходи скоротилися більш ніж удвічі. Це стало найнижчим показником за останні 15 років.

Після 2021 року спостерігається різке відновлення туристичної галузі. У 2022-2024 роках Туреччина не лише повернула докризові показники, але й перевищила їх, досягнувши історичного максимуму доходів у понад 61 млрд доларів США (див табл 3.2)

Аналіз динаміки доходів від міжнародного туризму в Туреччині свідчить про загальну тенденцію до зростання протягом досліджуваного періоду. У 2005–2015 роках збільшення туристичних надходжень було зумовлене активним розвитком готельної інфраструктури, поширенням системи *all inclusive* та підвищенням конкурентоспроможності туристичного продукту країни. У 2016 році спостерігалось тимчасове скорочення доходів через внутрішньополітичну нестабільність і погіршення безпекової ситуації, однак уже з 2017 року галузь повернулася до траєкторії зростання.

Найбільшого негативного впливу туристична сфера зазнала у 2020 році внаслідок пандемії COVID-19, коли доходи скоротилися більш ніж удвічі та досягли найнижчого рівня за останні п'ятнадцять років. Водночас після 2021 року туристична галузь продемонструвала високі темпи відновлення. У 2022–2024 роках Туреччина не лише досягла докризових показників, а й перевищила їх, встановивши рекордний рівень доходів понад 61 млрд доларів США. Це підтверджує стійкість туристичної індустрії країни, її здатність адаптуватися до кризових викликів та зберігати провідні позиції на світовому туристичному ринку.

3.3. Ключові чинники впливу пляжного туризму на економіку

Пляжний туризм є однією з провідних складових туристичної галузі Туреччини та відіграє важливу роль у формуванні національної економіки країни. Завдяки вигідному географічному положенню, сприятливим кліматичним умовам, розвиненій туристичній інфраструктурі та виходу до чотирьох морів – Середземного, Егейського, Мармурового та Чорного – Туреччина щороку приймає мільйони іноземних туристів. Особливої популярності набули такі курортні регіони, як Анталія, Аланія, Белек, Кемер, Бодрум та Мармарис, які стали центрами міжнародного пляжного туризму.

Одним із ключових **чинників** впливу пляжного туризму на економіку Туреччини є *значні валютні надходження* до державного бюджету. Іноземні туристи витрачають кошти на проживання, харчування, транспорт, розваги, екскурсії та покупки, що сприяє збільшенню доходів туристичної сфери та суміжних галузей економіки. Туризм є одним із головних джерел наповнення валютних резервів країни та позитивно впливає на платіжний баланс держави. Доходи Туреччини від туризму в 2024 році склали \$61,1 млрд, що на 8,3% більше у порівнянні з показником роком раніше. Міжнародні відвідувачі, які прибувають до Туреччини, в середньому проводили в країні 10,7 днів, а прибуток від одного відвідувача становив \$972.

Пляжний туризм також сприяє активному *розвитку інфраструктури* країни. Для забезпечення комфортного відпочинку туристів у Туреччині постійно модернізуються аеропорти, автомобільні дороги, готельні комплекси, системи громадського транспорту, заклади харчування та об'єкти дозвілля. Розвиток туристичної інфраструктури позитивно впливає не лише на туристів, але й на місцеве населення, покращуючи загальний рівень урбанізації та соціального забезпечення регіонів.

Важливим чинником розвитку туристичної інфраструктури Туреччини стало розширення міжнародного аеропорту Анталії. Необхідність реалізації цього проєкту була зумовлена стрімким зростанням туристичних потоків до

регіону, який є одним із найпопулярніших курортних центрів Середземномор'я. У 2024 році аеропорт обслужив понад 38 млн пасажирів, що стало рекордним показником та підтвердило потребу в суттєвому збільшенні його пропускної спроможності.

У межах проєкту модернізації, завершеного у 2025 році, було значно розширено міжнародний та внутрішній термінали, модернізовано інфраструктуру перону, збільшено кількість місць стоянки повітряних суден, а також покращено сервісне обслуговування пасажирів. Інвестиції у проєкт склали близько 850 млн євро.

Ще одним важливим чинником є *стимулювання інвестиційної діяльності*. Популярність турецьких курортів приваблює як внутрішніх, так і іноземних інвесторів, які вкладають кошти у будівництво нових готелів, курортних комплексів, ресторанів, торговельно-розважальних центрів та туристичних об'єктів.

Основними інвесторами в готельний і ресторанний сектор Туреччини виступають міжнародні готельні мережі (Hilton, Marriott, Accor), великі турецькі девелоперські групи (Rixos, Limak, Doğuş), а також суверенні фонди країн Перської затоки та глобальні інвестфонди нерухомості. Інвестиційна модель базується переважно на партнерстві та управлінських контрактах, що дозволяє швидко розширювати туристичну інфраструктуру без прямого володіння активами.

Це сприяє розвитку малого, середнього та великого бізнесу, а також збільшенню податкових надходжень до бюджету.

У контексті Республіки Туреччина, яка стабільно входить до топ-5 найвідвідуваніших країн світу (<https://www.unwto.org/>), прибережний (пляжний) рекреаційний сегмент виступає стратегічним драйвером національної економіки, забезпечуючи близько 11-12% ВВП країни (включно з опосередкованим ефектом) та виступаючи головним джерелом покриття дефіциту платіжного балансу.

Економічний ефект пляжного туризму в Туреччині визначається

унікальним поєднанням природно-кліматичних факторів (Егейське та Середземноморське узбережжя) та інституційної підтримки держави (модель «all-inclusive», податкові пільги для інвесторів).

Для оцінки масштабу впливу галузі доцільно проаналізувати динаміку ключових економічних індикаторів Туреччини за останні роки (див. табл. 3.3)

Таблиця 3.3

Динаміка ключових економічних індикаторів Туреччини

Показник/Рік	2023	2024	2025	2026 (прогноз)
Загальний потік туристів (млн осіб)	54,3	62,3	63,9	65,0
Валовий дохід від туризму (\$млрд)	49,5	54,0	65,2	68,0
Прямий внесок у ВВП країни	5,1%	5,4%	5,9%	6,1%
Середні витрати на 1 туриста (\$)	911	866	1020	1045

*Складено автором на основі офіційних звітів TÜİK (TurkStat) та Міністерства культури і туризму Туреччини

Детальний аналіз динаміки наведених у таблиці 3.3 показників дозволяє констатувати стійку тенденцію до зростання ролі рекреаційно-пляжного сектору в загальній макроструктурі Туреччини.

По-перше, динаміка *загального туристичного потоку* демонструє якісне відновлення та перехід до фази інтенсивного зростання. Показник у 54,3 млн осіб у 2023 р., який зріс до прогнозованих 65,0 млн осіб у 2026 р., свідчить про високу еластичність попиту на турецький туристичний продукт. Пляжний туризм залишається базовим ядром цього потоку, акумулюючи, за оцінками експертів, понад 70% від загальної кількості іноземних відвідувачів, що концентруються у провінціях Анталія, Мугла та Ізмір.

По-друге, випереджальні темпи зростання *валового доходу від туризму*

порівняно з кількісними показниками потоку є важливою макроекономічною ознакою трансформації галузі. Збільшення доходів з \$49,5 млрд (2023 р.) до прогнозних \$68,0 млрд (2026 р.) свідчить про успішну реалізацію стратегії Міністерства культури і туризму Туреччини, спрямованої на залучення більш платоспроможного контингенту та диверсифікацію ринків збуту.

Особливу наукову увагу привертає показник *середніх витрат на одного туриста*, який зріс з \$911 у 2023 році до \$1020 у 2025 році та має чітку тенденцію до подальшого зростання. Незначне просідання цього індикатора у 2024 році (\$866) пояснюється локальними ціновими коригуваннями турецьких готельєрів та коливаннями курсу турецької ліри, проте подальший стрибок підтверджує, що країна поступово відходить від іміджу суто «дешевого масового відпочинку» в бік преміального пляжного та інтегрованого рекреаційного продукту.

По-третє, стабільне збільшення **прямого внеску туризму у ВВП країни** (з 5,1% до прогнозованих 6,1%) наочно підтверджує статус галузі як «локомотива» національної економіки. Варто враховувати, що з урахуванням *кумулятивного (мультиплікативного) ефекту* та стимулювання суміжних галузей (транспорт, торгівля, сільське господарство, харчова промисловість), реальний сумарний внесок прибережного туризму в економіку Республіки Туреччина перевищує 11%.

Таким чином, статистичні дані підтверджують, що незважаючи на внутрішні інфляційні процеси в Туреччині, пляжний туризм виступає головним стабілізаційним чинником, який забезпечує постійний приплив твердої іноземної валюти в країну, підтримує ліквідність банківської системи та безпосередньо фінансує дефіцит платіжного балансу держави.

Висновки до розділу 3

Результати дослідження свідчать, що пляжний туризм утримує стабільне лідерство у структурі світового туристичного ринку, виступаючи головним джерелом формування фінансових потоків у глобальному

масштабі. На прикладі турецької макроекономічної моделі доведено, що прибережний рекреаційний сегмент функціонує як потужний стабілізаційний фактор національного господарства, який забезпечує постійне надходження іноземної валюти, стимулює капіталізацію територій та підтримує стабільність платіжного балансу країни. Економічний ефект галузі базується на дії розвиненого ринкового мультиплікатора: завдяки високому рівню інтеграції місцевих виробників у ланцюги постачання готельного сектору, витрати іноземних рекреантів трансформуються в активний розвиток суміжних галузей, зокрема аграрного сектору, легкої промисловості та будівництва.

Окрім суто фінансових дивідендів, галузь виконує важливу соціальну функцію, виступаючи потужним генератором робочих місць.

РОЗДІЛ 4. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ

4.1. SWOT-аналіз конкурентоспроможності Туреччини на міжнародному ринку рекреаційних послуг

Для визначення стратегічних позицій Республіки Туреччина на світовому ринку пляжної рекреації та оцінки її здатності протистояти глобальним викликам, у цьому підрозділі застосовано класичний інструмент стратегічного менеджменту – SWOT-аналіз. Цей метод дозволяє систематизувати внутрішні чинники конкурентоспроможності дестинації (сильні та слабкі сторони) та зіставити їх із зовнішніми факторами впливу (можливості та загрози).

Матрична структуризація SWOT-факторів. У контексті міжнародної конкуренції, де основними суперниками Туреччини в Середземноморському басейні виступають Іспанія, Греція, Єгипет та Італія, турецька модель пляжного туризму має унікальні архітектурні особливості. Систематизовану матрицю стратегічних факторів конкурентоспроможності представлено нижче (див. табл. 4.1).

Таблиця 4.1

SWOT-аналіз пляжного туризму Туреччини

SWOT-аналіз дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на розвиток пляжного туризму Туреччини.

Сильні сторони (Strengths – S)	Можливості (Opportunities – O)
• Потужний лінійний фонд пляжів (3-тє місце у світі за кількістю «Блакитних прапорів»). • Досконала та масштабна модель «All Inclusive», що мінімізує додаткові витрати клієнта. • Висока ємність та сучасність готельної бази. • Потужний національний авіаперевізник Turkish Airlines та розвинена мережа аеропортів.	• Інтеграція пляжного продукту з медичним туризмом та SPA. • Зростання попиту з боку країн Перської затоки та АТР. • Впровадження цифрових екосистем та AI-рішень. • Розвиток концепції «зелених» Eco-hotels відповідно до стандартів ЄС.

Слабкі сторони (Weaknesses – W) • Гіперсезонність туристичних потоків. • Туристичне перенасичення Анталії та недовикористання інших регіонів. • Залежність від іноземних туроператорів. • Високий рівень sectoral-інфляції та тиск на прибутковість.	Загрози (Threats – T) • Кліматичні зміни та ризики лісових пожеж. • Посилення конкуренції з боку Єгипту, Тунісу та Саудівської Аравії. • Геополітична нестабільність Близькосхідного регіону. • Зміна туристичних трендів серед зумерів та міленіалів.
--	--

Отже, SWOT-аналіз свідчить про значний потенціал Туреччини у сфері пляжного туризму, однак країна повинна адаптуватися до нових економічних, екологічних та соціальних викликів.

Стратегія максимізації (поєднання сильних сторін і можливостей – S+O). Використання потужного лінійного фонду пляжів («Блакитні прапори») та досконалої готельної інфраструктури 5* для розгортання цілорічних продуктів. Головним вектором тут виступає синергія пляжної рекреації та медичного туризму (трансплантологія, стоматологія, пластична хірургія, SPA). Замість консервації готелів на зиму, турецькі інвестори за підтримки державних субсидій переорієнтовують інфраструктуру на обслуговування довготривалих медичних туристів з країн ЄС та Перської затоки, що забезпечує стабільний потік валюти поза сезоном.

Стратегія компенсації (поєднання слабких сторін і можливостей – W+O). Подолання гіперсезонності шляхом масштабної цифровізації маркетингу та просування альтернативних прибережних регіонів. Розвиток екологічного та сільського туризму на узбережжі Егейського моря (наприклад, у регіонах навколо Ізміра та Мугли) дозволяє залучити нові покоління мандрівників (міленіалів), які шукають усамітнення та автентичності, тим самим знижуючи антропогенний та демографічний тиск на перевантажену Анталію.

Найбільш критичним викликом для Туреччини у довгостроковій перспективі є кліматичний чинник (комбінація W+T). Зростання літніх температур змушує дестинацію терміново інвестувати у «зелені» технології:

сонячну генерацію для покриття пікових літніх навантажень на системи кондиціонування готелів і замкнуті цикли очищення води для поливу рекреаційних зон.

Щоб оцінити реальну конкурентоспроможність Туреччини, проведемо порівняння її пляжної індустрії з ключовими регіональними конкурентами за трьома критичними критеріями: ціна, інфраструктура та природний капітал (див. рис. 4.1). За даними Індексу розвитку подорожей та туризму Світового економічного форуму (WEF TTDI) (<https://www.weforum.org/>)



Рис 4.1. Порівняння країн Середземномор'я та Туреччини[WEF TTDI]

Туреччина демонструє колосальну перевагу в компоненті «цінова конкурентоспроможність», суттєво випереджаючи Іспанію та Грецію завдяки нижчій вартості внутрішніх послуг, харчування та авіап перевезень у доларовому еквіваленті. Проте вона дещо поступається Іспанії в розрізі довгострокової екологічної стійкості інфраструктури.

Нижче наведено порівняльну характеристику ринкових позицій Туреччини відносно головних конкурентів за ключовими стратегічними параметрами (оцінюється за трирівневою шкалою: Високий / Середній / Низький):

Таблиця 4.2. – Порівняльна характеристика провідних країн-конкурентів на ринку пляжного туризму

Країна	Цінова привабливість	Готельна база	Екологічна стійкість	Сезонність	Основна конкурентна перевага
Туреччина	Високий	Високий	Середній	Високий	Система All Inclusive та сучасні курортні комплекси
Іспанія	Низький	Середній	Високий	Середній	Поєднання пляжного, культурного та екскурсійного туризму
Греція	Середній	Середній	Високий	Високий	Острівний відпочинок і природна автентичність
Єгипет	Високий	Середній	Низький	Низький	Цілорічний пляжний відпочинок і доступні ціни

Таблиця 4.2

*Створено автором на основі даних [booking.com]

За результатами порівняльного аналізу основних конкурентів Туреччини на ринку пляжного туризму встановлено, що країна займає

провідні позиції завдяки високій ціновій привабливості та сучасній готельній базі. Головною конкурентною перевагою Туреччини є поєднання відносно доступної вартості відпочинку з широким спектром послуг за системою «All Inclusive», що забезпечує високий рівень задоволеності туристів. Водночас слабкими сторонами залишаються значна залежність від сезонності та підвищене навантаження на природне середовище внаслідок концентрації туристичних потоків.

Іспанія та Греція вирізняються високими екологічними стандартами та різноманітністю туристичного продукту, проте поступаються Туреччині за показником фінансової доступності. Єгипет є найближчим конкурентом за рівнем цінової привабливості та має перевагу у вигляді цілорічного пляжного сезону, однак характеризується нижчим рівнем екологічної стійкості та менш стабільною якістю туристичного сервісу.

Таким чином, Туреччина зберігає сильні конкурентні позиції на міжнародному ринку пляжного туризму завдяки оптимальному співвідношенню ціни та якості послуг. Для подальшого зміцнення своїх переваг країні доцільно приділяти більше уваги екологізації туристичної інфраструктури та диверсифікації туристичного продукту з метою зниження впливу сезонного фактора.

4.2. Порівняльна характеристика туристичного сервісу та інфраструктури провідних курортів (на прикладі Анталії та Бодрума)

Для детального розуміння практичних аспектів функціонування пляжного туризму Туреччини необхідно провести порівняльний аналіз двох флагманських DESTINACIЙ, які уособлюють різні концептуальні моделі розвитку рекреаційної інфраструктури та сервісу – Анталійського узбережжя (Середземне море) та регіону Бодрум (Егейське море). Якщо Анталія є класичним прикладом масового, сімейного та високоіндустріалізованого туризму, то Бодрум позиціонується як елітарна, бутікова DESTINACIЯ з європейським вектором сервісу.

Інфраструктурний та архітектурний профіль DESTИНАЦІЙ.

Інфраструктурний комплекс **Анталії** (включаючи такі субкурорти, як Белек, Кемер, Сіде, Аланія) розвивався за принципом максимальної місткості та автономності. Готелі тут проектувалися як гігантські курортні резиденції з величезними власними територіями, аквапарками, приватними пляжами та розвиненою внутрішньою інфраструктурою. Архітектура Анталії тяжіє до монументальності та розкоші. Логістично регіон спирається на один із найпотужніших хабів Середземномор'я – Міжнародний аеропорт Анталії, здатний приймати сотні чартерних рейсів за добу, що забезпечує безперебійний конвеєрний потік масового туриста.

На противагу, **Бодрум** формувався під впливом грецьких рекреаційних традицій. Місцеве законодавство суворо обмежує висотність забудови (не вище трьох поверхів), а всі будівлі за традицією фарбуються у білий колір, що створює візуальний ефект єдиного архітектурного ансамблю в середземноморському стилі. Інфраструктура Бодрума адаптована під сильно порізану берегову лінію з численними затишними бухтами, що унеможлиблює будівництво мега-готелів анталійського типу. Регіон більше орієнтований на яхтовий туризм (наявність сертифікованих марин преміум-класу, як-от Yalıkavak Marina), клубний відпочинок та концептуальні butik-готелі.

Концептуальні розбіжності в організації сервісу. Головна відмінність у сервісних моделях полягає в інтерпретації концепції гостинності:

- **Анталійська модель сервісу:** Базується на абсолютизації системи «All Inclusive» та «Ultra All Inclusive». Головне завдання сервісу в Анталії – утримати туриста всередині готельного комплексу, надавши йому повний спектр послуг (цілодобове харчування, дитяча анімація, вечірні шоу-програми, SPA). Сервіс тут чітко стандартизований, орієнтований на родинний відпочинок і розрахований на одночасне обслуговування тисяч рекреантів;

- **Бодрумська модель сервісу:** Орієнтована на концепції «Bed &

Breakfast» (B&B) або «Half Board» (напівпансіон), хоча в останні роки преміум-готелі також впроваджують індивідуалізований «High-End All Inclusive». У Бодрумі сервіс має характер персоніфікації (персональні асистенти, приватні кабани на пірсах, індивідуальні трансфери на гелікоптерах чи яхтах). Курорт стимулює туриста виходити за межі готелю — відвідувати престижні пляжні клуби (Beach Clubs), елітні ресторани та марины.

Порівняльний аналіз готельної бази провідних курортів.

Щоб продемонструвати глибину сервісного аналізу, порівняємо конкретні готельні комплекси Анталії та Бодрума, які репрезентують різні категорії та стандарти обслуговування. Для об'єктивності порівняння розіб'ємо готелі на три ключові сегменти: «Ultra-Luxury & VIP», «Преміальний сімейний відпочинок» та «Концептуальний/Бутіковий відпочинок».

СЕГМЕНТ 1: Ultra-Luxury & VIP (Супер-розкіш та індивідуалізований сервіс). Цей сегмент орієнтований на світову політичну, бізнесову та культурну еліту, де ключовим критерієм оцінки є абсолютна приватність, бездоганна якість матеріалів та персоналізація кожної послуги (див. табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Приклади надання послуг готелями в сегменті Ultra-Luxury & VIP

<i>Регіон</i>	<i>Готель</i>	<i>Особливості</i>
Анталійське узбережжя	Maxx Royal Belek Golf Resort 5*	Персональні асистенти, VIP-вілли, гольф-поля світового класу
Анталійське узбережжя	Regnum Carya 5*	Місце проведення G20, вертолітні майданчики, приватні трансфери
Анталійське узбережжя	Titanic Mardan Palace 5*	Палацова архітектура, батлер-сервіс, VIP-винні льохи
Анталійське узбережжя	Cullinan Belek 5*	Каскадні басейни, марина, індивідуальна

		гастрономія
Анталійське узбережжя	Calista Luxury Resort 5*	Smart Luxury, мікробіологічна лабораторія
Бодрум	Mandarin Oriental, Bodrum 5*	Приватність, SPA світового класу, причали для суперяхт
Бодрум	Amanruya 5*	Приватні павільйони, інфініті-басейни
Бодрум	The Bodrum Edition 5*	Beach clubs, lifestyle luxury
Бодрум	Rixos Premium Bodrum 5*	Приватний острів для VIP-гостей
Бодрум	Lujo Hotel Bodrum 5*	Концепція Art & Joy, приватні джети

У сегменті ultra-luxury VIP готелів Туреччини простежується різниця між Анталійським узбережжям і Бодрумом.

Анталія (Maxx Royal, Regnum Carya, Cullinan Belek, Calista) орієнтується на масштабний преміум all-inclusive із повністю закритою інфраструктурою.

Тут домінують персональні асистенти, VIP-вілли, каскадні басейни, гольф світового рівня та сервіс формату «все в одному».

Бодрум (The Bodrum Edition, Rixos Premium Bodrum, Lujo Bodrum, Mandarin Oriental) формує lifestyle-концепцію з акцентом на дизайн, приватність і атмосферу.

Для нього характерні beach-клуби, приватні павільйони, яхтинг, гастрономічні простори та концепції типу Art&Joy.

Таким чином, Анталія — це закритий курортний luxury-сервіс, а Бодрум — відкритий елітний lifestyle-відпочинок.

СЕГМЕНТ 2: Преміальний сімейний відпочинок (Масовий та клубний формат) є основою туристичної індустрії. Тут інфраструктура розрахована на одночасне комфортне перебування великої кількості сімей з дітьми, де сервіс має знімати з батьків будь-які побутові турботи (див. табл. 4.4).

Приклади надання послуг готелями в сегменті «Преміальний сімейний відпочинок»

<i>Регіон</i>	<i>Готель</i>	<i>Особливості</i>
Анталійське узбережжя	Rixos Premium Tekirova 5*	Rixy Kids Club, аквапарк, сімейні асистенти
Анталійське узбережжя	Ela Excellence Resort Belek 5*	Everland Kids World, сервіси для дітей
Анталійське узбережжя	NG Phaselis Bay 5*	Екологічний сімейний відпочинок серед природи
Анталійське узбережжя	Voyage Belek Golf & Spa 5*	Спортивна інфраструктура, family + adults only зони
Анталійське узбережжя	Papillon Belvil 5*	Анімація, аквапарк, зелена територія
Бодрум	Titanic Luxury Collection Bodrum 5*	Сімейний luxury all inclusive
Бодрум	Kaya Palazzo Resort Bodrum 5*	Сімейні резиденції, wellness
Бодрум	Duja Bodrum 5*	Активна анімація, сімейний формат
Бодрум	La Blanche Island Bodrum 5*	Курорт на півострові, аквапарк
Бодрум	Selectum Colours Bodrum 5*	Fun inclusive, активний відпочинок

У сегменті преміального сімейного відпочинку в Туреччині також простежується різниця між Анталійським узбережжям і Бодрумом. Анталія (Rixos Premium Belek, Voyage Belek, Kaya Palazzo, Crystal/Excellence сегмент) орієнтується на максимально розвинену сімейну інфраструктуру. Тут ключову роль відіграють дитячі клуби, великі аквапарки, спортивні майданчики, анімаційні програми та активний all-inclusive формат. Готелі пропонують широкий спектр розваг для різних вікових груп і повністю організований сімейний відпочинок «на території курорту».

Бодрум (La Blanche Island Bodrum, Selectum Colours Bodrum, Titanic Luxury Collection Bodrum) більше орієнтується на сімейний luxury з акцентом на приватність і простір.

Для нього характерні сімейні резиденції, велнес-програми, природне розташування на півострові та більш спокійний формат відпочинку, поєднаний із акваінфраструктурою.

СЕГМЕНТ 3: Концептуальний, дизайнерський та бутіковий відпочинок приваблює молоду, динамічну аудиторію (міленіалів та зумерів), яка шукає не просто пасивний відпочинок, а унікальну естетику, інстаграмні архітектурні рішення, стильне нічне життя та велнес-філософію (див. табл. 4.5).

Таблиця 4.5

Приклади надання послуг готелями в сегменті «Lifestyle & Adults Only»

<i>Регіон</i>	<i>Готель</i>	<i>Особливості</i>
Анталійське узбережжя	Adam & Eve 5*	Adults only, футуристичний дизайн, вечірки
Анталійське узбережжя	Voyage Sorgun 5*	Luxury adults only-зони
Анталійське узбережжя	TUI BLUE Barut Andız 4*	Бутик-готель для дорослих
Анталійське узбережжя	ME Hotel by Meliá Antalya	Lifestyle luxury, rooftop-party
Анталійське узбережжя	Casa Sur Antalya	Бутик contemporary luxury
Бодрум	Macakizi Bodrum	Beach club для світової богеми
Бодрум	Casa Nonna Bodrum 5*	Slow living, гастрономія
Бодрум	METT Hotel & Beach Resort Bodrum 5*	Wellness та sunset-party
Бодрум	Swissôtel Resort Bodrum Beach 5*	Remote work friendly luxury
Бодрум	Kuum Hotel & Spa Bodrum 5*	Приватність та SPA-програми

У сегменті концептуального дизайнерського та бутікового відпочинку в Туреччині спостерігається орієнтація на молоду динамічну аудиторію з різними акцентами в Анталії та Бодрумі.

Анталія (Adam & Eve, MiHotel by Meliá Antalya, Casa Sur Antalya, Voyage Sorgun) зосереджується на концепції adults only із вираженим дизайнерським стилем та розважальною складовою. Тут домінують бутик-готелі з акцентом на нічне життя, анімацію, тематичний дизайн і активний соціальний відпочинок. Формат орієнтований на “luxury entertainment” із поєднанням готельного сервісу та клубної атмосфери.

Бодрум (Maçakızı Bodrum, Casa Nona Bodrum) формує концепцію slow living із високою гастрономією, wellness та приватною атмосферою. Тут акцент зроблено на beach club культурі, sunset party, естетиці простору та більш спокійному, преміальному lifestyle-відпочинку.

Детальний аналіз та систематизація готельного фонду провідних курортів Туреччини (див. таблиці 4.3, 4.4 і 4.5) дозволяють стверджувати, що конкурентоспроможність турецької рекреаційної індустрії базується на чіткій концептуальній та географічній сегментації. Наведені дані наочно демонструють, як природно-ландшафтні особливості Середземноморського та Егейського узбережжя детермінували архітектурні та операційні моделі бізнесу.

Анталійський регіон створив високоефективну індустріальну модель масової та сімейної рекреації. Максимальна автономізація великих готельних комплексів, диверсифікація розважальної інфраструктури для дітей різного віку та абсолютизація системи пакетного обслуговування дозволяють Анталії демонструвати найнижчі питомі витрати на одного туриста за найвищого рівня завантаження номерного фонду. Сервіс тут працює за чіткими міжнародними стандартами, де конвеєрна швидкість надання послуг поєднується з високою психологічною та економічною привабливістю для споживача середнього класу.

На противагу цьому, Бодрум успішно реалізує європейську модель

елітарного бутікового туризму, де первинним є не обсяг потоку, а маржинальність і високий середній чек. Інфраструктура Егейського узбережжя, інтегрована в складний скелястий рельєф, орієнтована на концепцію індивідуального простору, велнес-філософію, преміальний яхтинг та розвиток дизайнерських лайфстайл-готелів. Сервісна модель Бодрума стимулює інтеграцію туриста у локальну інфраструктуру дестинації (ресторани, марини, пляжні клуби), що суттєво підвищує доходи місцевих громад поза межами самого готельного бізнесу.

Таким чином, розгляд сервісних моделей Анталії та Бодрума доводить, що Туреччина сформувала збалансований рекреаційний макрокомплекс. Внутрішня диверсифікація пропозиції дозволяє країні уникати канібалізації ринку (внутрішньої конкуренції між власними курортами) та одночасно задовольняти запити кардинально різних цільових аудиторій — від сімейних мандрівників, які шукають стабільний комфорт, до світової VIP-еліти та екосвідомої молоді, орієнтованої на унікальний естетичний досвід».

4.3 Шляхи урізноманітнення послуг та підвищення ефективності сервісного обслуговування

Сучасний етап розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується загостренням конкурентної боротьби та стрімкою зміною споживчих переваг. Навіть для таких визнаних лідерів індустрії, як Анталійське та Егейське узбережжя Туреччини, утримання ринкових позицій вимагає постійного пошуку інноваційних рішень. Традиційні сервісні моделі, що базуються виключно на концепції пакетного відпочинку та пасивного пляжно-курортного туризму, поступово втрачають свою ексклюзивну привабливість.

Відтак, розробка та впровадження стратегічних напрямків урізноманітнення послуг та підвищення операційної ефективності сервісу є ключовою умовою сталого розвитку дестинацій.

На основі проведеного аналізу інфраструктури та сервісних моделей

Анталії та Бодрума, було визначено комплекс інноваційних шляхів модернізації турецького туристичного продукту, диференційованих за чотирма стратегічними векторами.

Цифрова трансформація сервісу (Smart Hospitality). Впровадження технологій штучного інтелекту (AI) та автоматизації є першочерговим інструментом підвищення ефективності обслуговування, що дозволяє оптимізувати операційні витрати готелів без втрати якості персоналізації.

Гіперперсоналізація через AI-платформи: Інтеграція прогностичних систем аналізу великих даних, які дозволяють вивчати вподобання гостя ще до його приїзду (на основі попередніх бронювань, анкетування чи активності у додатках). Це дає змогу автоматично формувати персоналізовані пропозиції: від температури в номері та типу подушок до індивідуального меню а-ля карт ресторанів.

Безконтактний операційний цикл: Повне впровадження мобільних ключів, систем експрес-заселення/виселення через розпізнавання обличчя (FaceID) та внутрішніх чат-ботів для замовлення послуг (Room Service, запис на SPA чи екскурсії) без посередництва рецепції. Це суттєво знижує навантаження на лінійний персонал та ліквідує черги у лобі.

IoT (Інтернет речей) в управлінні номерами: Впровадження систем «розумного дому» в готельних номерах для оптимізації енергоспоживання, що підвищує екологічну та економічну ефективність підприємств.

Диверсифікація та подолання фактора сезонності. Для Анталії, і особливо для Бодрума, критично важливим завданням є розширення часових меж функціонування курортів з 6-7 місяців до цілорічного формату за рахунок розвитку альтернативних видів туризму.

Розвиток медичного та велнес-туризму: Туреччина має колосальний потенціал для залучення європейських та безвиїзних туристів у зимовий період на базі готельних SPA-комплексів. Шляхом створення колаборацій із сертифікованими медичними клініками готелі преміум-сегменту можуть пропонувати програми детоксикації, антиейджингу (омолодження),

реабілітації та чек-апів організму поза піковим літнім сезоном.

Трансформація під MICE-туризм та Bleisure-концепцію: Модернізація конференц-можливостей готелів Анталії для проведення масштабних міжнародних самітів, корпоративних форумів та спортивних зборів у період з листопада по квітень. Одночасно, адаптація інфраструктури під тренд *bleisure* (поєднання бізнесу та відпочинку) через створення коворкінгів високої якості для «цифрових кочівників».

Культурно-пізнавальний та гастрономічний інжиніринг: Створення унікальних екскурсійних маршрутів «all-inclusive з виїздом», де туристам пропонується відвідування реставрованих античних міст (Перге, Термесос, Стратонікея) та локальних виноробних господарств Егейського регіону з дегустаціями автентичної кухні.

Екологізація та сталий розвиток. Сучасний преміальний споживач (особливо покоління міленіалів та зумерів) орієнтований на бренди із високою соціальною та екологічною відповідальністю:

- *перехід на концепцію «Zero Waste» (без відходів):* впровадження інноваційних технологій утилізації та переробки харчових відходів, які є головною проблемою готелів системи Ultra All Inclusive. Заміна одноразового пластику на біорозкладні матеріали в усьому операційному ланцюжку;
- *локалізація ланцюгів постачання:* максимальне використання фермерських продуктів із місцевих регіонів. Це не лише знижує вуглецевий слід від транспортування, але й урізноманітнює меню готелів свіжими органічними позиціями, що позитивно сприймається гостями;
- *отримання міжнародних еко-сертифікатів (Green Key, GSTC):* системна робота над екологічним аудитом, що є додатковим інструментом маркетингу для залучення високобюджетних туристів із Західної та Північної Європи.

Оптимізація кадрової політики та сервіс-менеджменту. Ефективність обслуговування безпосередньо залежить від людського фактора. Висока плинність кадрів та дефіцит кваліфікованого персоналу є

системним викликом для турецького ринку:

- *впровадження гнучких моделей мотивації*: перехід від сезонного найму до системи довгострокових контрактів для ключового сервісного персоналу (шеф-кухарі, менеджери департаментів, VIP-асистенти), що дозволяє зберегти корпоративні стандарти та ноу-хау;
- *безперервне корпоративне навчання*: організація постійних тренінгів з міжкультурної комунікації, психології конфліктів та новітніх стандартів розкішного сервісу (наприклад, сертифікація за стандартами *Forbes Travel Guide*);
- *емпатійний сервіс*: перехід від жорстких скриптів у спілкуванні з гостями до концепції емоційного інтелекту, коли персонал заохочується до прояву щирої турботи, адаптивності та здатності вирішувати нестандартні проблеми гостей «на місці» без тривалого адміністративного погодження.

Висновки до розділу 4

Проведене комплексне дослідження сучасного стану, інфраструктурного потенціалу та сервісних моделей туристично-готельної індустрії Туреччини на прикладі Анталійського та Егейського узбережжя дозволяє зробити кілька узагальнюючих висновків.

По-перше, встановлено, що країна володіє унікальною, глибоко диверсифікованою готельною базою, яка здатна задовольняти попит кардинально різних цільових аудиторій: від масового сімейного сегмента до ультра-велітної світової бізнес-еліти. Анталія та Бодрум виступають не як прямі конкуренти, а як взаємодоповнюючі суб-бренди, де Анталія уособлює високоефективну індустріальну модель масштабного сервісу, а Бодрум – ексклюзивну, камерну модель європейського бутікового відпочинку.

По-друге, аналіз сервісних моделей довів, що ключовою перевагою турецького турпродукту є висока адаптивність інфраструктури під мінливі запити ринку. Разом із тим, виявлено низку системних викликів, серед яких найважливішими є висока сезонна залежність, значне навантаження на екологічні системи DESTINACIЙ та необхідність прискорення цифрової

модернізації операційних процесів.

По-третє, обґрунтовано, що перспективна ефективність рекреаційного сектора Туреччини лежить у площині синергії технологічних інновацій та екологічної стабільності. Реалізація запропонованих шляхів урізноманітнення послуг – зокрема розвиток медичного, велнес- та MICE-туризму в міжсезоння, впровадження штучного інтелекту для гіперперсоналізації сервісу та еко-оптимізація операційного циклу – дозволить турецькому готельному бізнесу трансформувати кількісні показники туристичного потоку в якісні, забезпечуючи високу маржинальність та довгострокову конкурентоспроможність на глобальному ринку.

ВИСНОВКИ

Пляжний туризм розглянуто як один із ключових сегментів глобальної туристичної індустрії, що поєднує економічну, рекреаційну та соціокультурну функції. Встановлено, що він є важливим драйвером розвитку прибережних територій, формує значні туристичні потоки та суттєво впливає на світову економіку через розвиток готельного, транспортного та сервісного секторів.

Виявлено, що формування турецького туристичного продукту зумовлене комплексною дією природних, історичних та економічних чинників. Сприятливі кліматичні умови, протяжні морські узбережжя, культурно-історична спадщина та державна підтримка інвестицій у туризм забезпечили Туреччині позиції одного з провідних світових пляжних напрямків.

Здійснений моніторинг сучасного стану індустрії пляжного відпочинку в Туреччині показав її високий рівень розвитку, інвестиційну привабливість та диверсифікацію туристичного продукту. Особливої ваги набули luxury-курорти, сімейні all-inclusive комплекси та концептуальні готелі, що орієнтуються на різні сегменти туристів.

Проведене районування основних рекреаційних центрів дозволило виділити ключові курорти країни, серед яких провідними є Анталійське узбережжя та Бодрум. Вони відрізняються моделями розвитку: Анталія орієнтована на масовий all-inclusive туризм, тоді як Бодрум – на lifestyle та більш індивідуалізований відпочинок.

Сформульовано, що перспективи розвитку пляжного туризму в Туреччині пов'язані з подальшою модернізацією інфраструктури, розширенням інвестицій у преміальний сегмент та впровадженням екологічно сталих практик. Пріоритетними напрямами є підвищення якості сервісу, розвиток нових концептуальних готелів і диверсифікація туристичного продукту відповідно до змін попиту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму. Харків : ХНАМГ, 2010. С. 97-101
<https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1450/%D0%90%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%20%D0%92.%D0%92.%2C%20%D0%A2%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D1%88%D0%BA%D1%83%D1%80%20%D0%9C.%D0%92.%20%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83.2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997
3. Великочий В. С., Дутчак О. І., Шикеринець В. В. Міжнародний туризм. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2015.
4. Величко О. Туреччина. 2023
URL: <https://znaki.fm/uk/places/turkey/>
5. Даниленко-Кульчицька В. А. Особливості розвитку міжнародного туризму в світі. Економічні науки. 2011. № 20.
6. Довгань А. І. Сучасний міжнародний туризм: основні тенденції та перспективи розвитку. Географія та туризм. 2014. Вип. 27. С. 3–10.
7. Зайцева В. М., Корнієнко О. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. Вісник Запорізького національного університету. 2012. № 2(8).
8. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
9. Зомковський А. Путівник по Сіде: що подивитись, корисні поради. 2023.
URL: <https://trips.com.ua/country/putivnyk-po-sidi/>
10. Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2(6).

- 11.Крупський О. П., Самойленко А. О., Комарова А. І., Морозов М. В. Тенденції розвитку міжнародного туризму. Економічний простір. 2019. № 149. С. 29–34.
- 12.Кушнір Л. М., Брензович К. С. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку країн і регіонів. Інфраструктура ринку. 2019. № 36. С. 15–21.
- 13.Масляк П. О. Рекреаційна географія. Київ : Знання, 2008.
- 14.Матвієнко Н. Тенденції розвитку туризму в Туреччині. Вісник Київського національного університету. Географія. 2013. № 1(61). С. 53–56.
- 15.Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Міжнародний туризм і його вплив на економічну та соціальну сфери країн світу. Херсон : Гельветика, 2016.
- 16.Михайличенко Г. І. Цифровізація туристичних сервісів. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2021. №3. С. 44–58.
http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=uazt_2020_2_4
- 17.Панасюк І. П., Тертична А. О. Ключові проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку Туреччини. Економічна наука. 2017. № 4.
- 18.Парфіненко А. Міжнародний туризм як складова частина ліберального світового порядку. Міжнародні відносини. 2023. № 2(16).
- 19.Пиріг В. Спроба перевороту в Туреччині. Що це було? 2016. URL: https://zaxid.net/sproba_perevorotu_v_turechchini_shho_tse_bulo_n1397874
- 20.Мальська М. П., Бордун О. О. **Географія туризму** : навч. посіб. Львів : ЛНУ, 2021. с. 400
<https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/materialy-17-Neohrafiia-ekonomika-i-turyzm-2023-book.pdf>
- 21.Любіцева О. О. **Ринок туристичних послуг** : монографія. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2018. 452 с.
<https://studfile.net/preview/7722398/>

22. Корж Н. В., Басюк Д. І. **Управління туристичними DESTINATIONAMI** : підручник. Вінниця : Едельвейс, 2017. 50 -55 ст <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf>
23. Голод А. П. Безпека туризму як теоретична категорія. *Вісник ЛНУ*. 2013. Вип.43(1). С.83–89. <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/geography/issue/view/81>
24. Dierks, Z. (2023). *Number of residents traveling abroad from Turkey 2006-2022*. (дата звернення: 18.04.2026). <https://www.statista.com/statistics/679021/turkey-outbound-visitors/>
25. McCauley, K. (2023). *7 spectacular regions in Turkey: enjoy a world full of life and rich culture*. <https://theartoflivinginturkey.com/7-spectacular-regions-in-turkey/>
26. Official website of UNWTO. (б.д.). <https://www.unwto.org/>
27. Smith, H. L. (2024). *Bodrum travel guide*. <https://www.thetimes.co.uk/travel/destinations/europe/turkey/bodrum/>
28. Smith, L. (2023a). *20 Best Beach Towns and Coastal Cities in Turkey*. <https://theturkeytraveler.com/beach-towns-coastal-cities-in-turkey/>
29. Smith, L. (2023b). *Is Fethiye Worth Visiting? Here Are The Pros and Cons*. <https://theturkeytraveler.com/is-fethiye-worth-visiting/>
30. The official website of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey. https://www.ktb.gov.tr/?_Dil=2
31. **World Travel & Tourism Council (WTTC)**. Economic Impact Research: Turkey Country Profile. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact>