

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**СГЛАЖИВАНИЕ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ СПРОСА
НА УСЛУГИ ТУРИЗМА
(НА ПРИМЕРЕ ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
очной формы обучения, группы 05001335
Безер Догукан Фират

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Богомазова И.В.

БЕЛГОРОД 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические аспекты исследования сезонности в туризме.....	6
1.1. Сезонность в туризме: понятие, сущность, ее влияние на спрос.....	6
1.2. Виды туризма и сезонности.....	12
1.3. Преодоление сезонных колебаний спроса в туризме.....	19
2. Анализ состояния и перспективы развития туризма в Турецкой Республике.....	26
2.1. Роль и место туризма в социально-экономическом развитии государства.....	26
2.2. Туристские регионы Турции и их развитие.....	40
2.3. Оценка спроса на услуги туризма.....	54
3. Разработка и реализация мероприятий по нивелированию сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики.....	60
3.1. Описание и характеристика проекта по развитию горнолыжного туризма.....	60
3.2. Экономическое обоснование проектных мероприятий.....	75
Заключение.....	82
Список использованных источников.....	86
Приложения.....	91

Введение

В настоящее время туризм – это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. На эту сферу приходится около 6% мирового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-ое рабочее место и 11% мировых потребительских расходов. Для некоторых стран туристическая деятельность является важным, а иногда и единственным источником дохода. Кроме того, туризм предоставляет возможность для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями страны и ее народа. Поэтому все вопросы, связанные с туристической деятельностью актуальны.

В этом отношении необходимо учитывать, что функционирование туристского рынка и связанных с ним предприятий туристской индустрии подвержено резким сезонным колебаниям спроса на туристские услуги. Это объясняется тем, для туристской отрасли, также как и для многих других, характерна экономическая (производственная) цикличность, или сезонность. Фактор сезонности играет важную роль в политике ценообразования туристических фирм. В связи с этим анализ сезонных колебаний цен на рынке туристских услуг (особенно на рынке пляжного отдыха) является одним из направлений исследований. Знание закономерностей и основных тенденций сезонности необходимо также для проектирования новых турпродуктов, планировании рекламной кампании и много другого.

Особая роль среди факторов, которые оказывают существенное влияние на развитие туристской индустрии, отводится сезонности, выступающей в качестве важнейшей специфической проблемы.

Сезонность представляет собой свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. С позиции экономики под сезонностью понимается изменение спроса, чередующееся пиками и спадами.

Вследствие наличия негативных последствий сезонной неравномерности спроса данное явление требует более глубокого и детального изучения, а также разработки и принятия комплекса мер организационного, экономического и социального характера, ориентированных на сглаживание пиков и спадов в туризме. Для этого туристские организации и предприятия практикуют сезонную дифференциацию цен, ориентированную на повышенные цены в разгар сезона, умеренные – в межсезонье и пониженные – в «мертвый сезон». При этом разница в величине тарифов в зависимости от сезона может достигать 50%. Также, как направление, по минимизации данного фактора, выступает активная политика по стимулированию развития тех видов туризма, которые не подвержены существенному воздействию сезонных колебаний, а именно, делового, конгрессного, событийного и т.д.

Решение вопросов, связанных с сглаживанием сезонности в туризме, позволяет получить большой экономический эффект, обеспечивая увеличение сроков эксплуатации материально-технической базы, повышение степени использования труда персонала в течение года, увеличение поступлений от туризма.

Цель выпускной квалификационной работы – сглаживание сезонных колебаний спроса на услуги туризма в Турецкой Республике.

Для достижения поставленной цели были выделены и решены задачи:

- изучено понятие и сущность сезонности в туризме, а также ее влияние на спрос;
- рассмотрены виды туризма и сезонности;
- определены основные пути по преодолению сезонных колебаний спроса в туризме;
- проанализировано состояние и перспективы развития туризма в Турецкой Республике;
- определена роль и место туризма в социально-экономическом развитии государства;
- выделены туристские регионы Турции и их развитие;

- проведена оценка спроса на услуги туризма;
- разработаны и экономически обоснованы мероприятия по нивелированию сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики.

Объект выпускной квалификационной работы – Турецкая Республика.

Предметом является сезонность и возможность ее сглаживания на услуги туризма.

Основными методами, применяемыми в ходе проведения исследования, выступили различные методы – экономического и статистического анализа, сводки и группировки, обобщения, а также методы инвестиционного анализа и экспертных оценок.

Теоретико-методологическая основа работы – результаты исследований отечественных и зарубежных ученых в сфере туризма и социально-культурного сервиса, а также в области изучения региональных аспектов функционирования туристского комплекса и его влияния на развитие региона.

Информационная база выпускной квалификационной работы основана на законодательных актах, статистических данных, характеризующих развитие туризма в Турции, материалах и рекомендациях научно-практических конференций, опубликованных аналитических материалах, а также данных, полученных из сети Интернет.

Практическая значимость заключается в разработке и экономическом обосновании мероприятия по нивелированию сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

1. Теоретические аспекты исследования сезонности в туризме

1.1. Сезонность в туризме: понятие, сущность, ее влияние на спрос

Туристский рынок – это динамично развивающаяся отрасль экономики, и характерным явлением для неё является цикличность. Цикличность означает повторяемость основных тенденций и интенсивности развития. Цикличность может обуславливаться как внешними факторами, так и внутренними глубинными свойствами рынка. Можно выделить два вида цикличности.

1. Цикличность экономическая, то есть достаточно продолжительная по времени и охватывающая несколько лет. Такая цикличность необходима для долгосрочного планирования и анализа, поскольку она отражает основные закономерности действия механизма рынка.

2. Цикличность малая, или сезонная – её временной интервал до одного года. Она носит сезонный характер и более или менее совпадает с климатическими изменениями [17, с. 27].

Таким образом, цикличность – это регулярно повторяющиеся во времени изменения уровня, вектора, скорости и характера его развития. Под сезонностью, или сезонными колебаниями, понимают более или менее устойчивую закономерность внутригодовой динамики социально-экономических явлений. Их причинами являются особенности товарного предложения, покупательского спроса, изменения затрат в зависимости от изменения климатических условий в разные временные промежутки рассматриваемого периода и т.д. Другими словами, сезонностью называют устойчивую закономерность динамики внутригодовых и постоянно повторяющихся колебания спроса и предложения.

Практическое значение изучения сезонных колебаний состоит в том, что получаемые при анализе рядов внутригодовой динамики количественные характеристики отображают специфику развития изучаемых явлений по месяцам (кварталам) годового цикла.

Сезонность – устойчиво (из года в год) повторяющаяся, характерная для данного места цикличность туристской деятельности, связанная с изменением условий рекреации.

Принято различать четыре сезона туристской активности:

- сезон пик – период, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности людей, характеризующийся максимальной плотностью туристов и наиболее комфортными условиями для рекреации;
- сезон высокий – период наибольшей деловой активности на туристском рынке, время действия наиболее высоких тарифов на туристский продукт и услуги;
- сезон низкий – сезон снижения деловой активности на туристском рынке, для которого характерны самые низкие цены на туристский продукт и услуги;
- сезон «мертвый» – период, максимально неблагоприятный для организации рекреационной деятельности (например, дискомфортные погодные условия) [37].

По сути своей сезонность – довольно сложное явление, её последствия весьма противоречивы. Довольно часто появление на рынке туристского продукта обуславливает пик сезонных колебаний и цен, особенно в летний период времени. Ему соответствует и сезонный подъём спроса. Однако в настоящее время многие туристские фирмы имеют достаточно широкий ассортимент туристских программ и маршрутов, который обеспечивает им спрос практически в течение всего года. Это оказывает сглаживающее влияние на сезонные колебания. Однако чаще всего можно наблюдать в качестве «мёртвого» сезона раннюю весну. Таким образом, в значительной мере, сезонность – это проявление действия рыночного механизма, сбалансированности спроса и предложения.

Сезонность в турбизнесе определяется целым рядом факторов:

- природно-климатических;
- экономических;

- социальных (наличие свободного времени);
- демографических;
- психологических;
- материально-технических;
- технологических [47, с. 53].

Все перечисленные выше факторы сезонных колебаний можно подразделить на первичные и вторичные.

К первичным относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий; ко вторичным – все остальные.

Сезонные колебания и климатические условия страны главным образом влияют на туристский спрос.

Климатические факторы связаны с тем, что в большинстве регионов мира погодные условия для путешествий, отдыха, лечения, занятий спортом различаются по месяцам года.

Социальные факторы обусловлены тем, что большая часть школьных каникул приходится на летние месяцы. Поэтому родители стремятся приурочить свой отпуск к этому времени и отдыхать вместе с детьми. Высокий уровень спроса на туристские поездки летом связан и с распространенной в европейских странах практикой остановки предприятий на профилактический ремонт в июле – августе (месяцы наименьшей производительности труда).

Большое значение имеет дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам – так называемые демографические факторы. Немаловажны и технологические – связанные с комплексным предоставлением качественных услуг. К психологическим факторам относятся мода, вкусы, традиции.

Объем реализованных услуг туризма имеет явно выраженный сезонный характер, который обусловлен многими факторами (временем года, периодом отпуска, каникулами и т.п.). Поэтому в процессе анализа и планирования объема реализованных услуг туристского предприятия необходимо учитывать закономерность отклонений показателей отдельных месяцев от средне-

годовых показателей. В этих целях проводится статистическое изучение сезонных колебаний.

Сезонные колебания измеряются при помощи индексов сезонности, которые рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период.

В практике экономического анализа используются различные методы расчета индекса сезонности: простой средней, аналитического выравнивания, относительных чисел, скользящей средней и др.

Наиболее легким из них является метод простой средней, который применяется для вычисления сезонных колебаний в тех случаях, когда внутригодовое изменение объема реализации услуг колеблется на протяжении года около определенного (постоянного) уровня.

Индексы сезонности рассчитываются в два этапа.

1. Рассчитываются средние уровни для каждого месяца по данным за все годы исследуемого периода, что позволяет избавиться от случайных колебаний месячных уровней по годам. При этом применяется простая средняя, рассчитанная по формуле как частное от деления суммы значений всех вариантов на общее число единиц.

2. Определяется общая средняя за весь исследуемый период. При расчете сезонных колебаний по абсолютным данным об объеме явления за каждый месяц исчисляется путем деления общего объема явления за весь исследуемый период (сумма исходных данных) на число месяцев в исследуемом периоде (так, при периоде 3 года – 36 месяцев) [48, с. 63].

Изучение сезонности позволяет влиять на неравномерность спроса в туризме. В настоящее время на туристском рынке экономически развитых стран прослеживается тенденция к снижению сезонной неравномерности в услугах туризма за счет опережающего развития предложения относительно спроса.

В современном туризме наблюдается определенная закономерность сезонности, которая выведена на основе многолетних наблюдений. Суть ее такова: чем дальше расположена та или иная страна от основных туристических центров Европы и Северной Америки, тем менее выражена там сезонность. Это можно объяснить, прежде всего, относительной стабильностью природно-рекреационных условий, а также сравнительно невысоким уровнем развития туризма в странах южного полушария.

Различные районы пребывания имеют специфические формы сезонной неравномерности. Это дает право говорить о специфике неравномерности спроса в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты. Каждая дестинация может совершенно по-разному заполняться туристами в течение года. В связи с этим спрос на туристские услуги в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты различен. Сезонный характер предпочтений потребителя, играет большую роль при выборе им места отдыха.

В странах, где годовые колебания температуры и других элементов климата незначительны, сезонность туризма проявляется слабее (например, Марокко имеет круглогодичный туристский сезон).

Также стремительно развиваются средиземноморские курорты Турции, где существует длительный туристский сезон. Эти курорты очень популярны у россиян, так как, уезжая в отпуск холодной осенью или зимой, можно в это время вдоволь насладиться Средиземным морем и мягким климатом. Тем более, что туристу благоприятствует развивающаяся политика Турции, в результате чего, можно совместить высококачественный и недорогой отдых.

Что касается Египта, то здесь пик активности туристов приходится на зиму и весну, поскольку летом и осенью температура воздуха превышает далеко за +40. Однако пляжный отдых, основное туристское направление в этой стране, там круглогодичен.

Что касается Финляндии, так это одна из немногих стран Европы, где нет жесткой сезонности в туризме. Причем, именно Финляндия ближе всего по климатическим условиям к РФ. Насколько же грамотно ведётся в Фин-

ляндии туристская политика, которая позиционирует её на международном туристском рынке как страну четырёх сезонов [1, с. 59].

Из стран южного полушария только Австралийский Союз имеет заметно выраженную сезонность. Здесь на октябрь – декабрь приходится треть всех иностранных туристов, посещающих страну. Именно этот период, когда в странах северного полушария наблюдается спад в системе туризма, наиболее благоприятный для отдыха по комплексу природно-рекреационных условий.

В тропических странах района Карибского моря, где климатические условия почти одинаковы на протяжении всего года, тоже наблюдается сезонность. Туристским сезоном здесь является теплая зима.

Европа, как район наибольшего развития туризма, отличается самым высоким уровнем сезонности. Высокая концентрация иностранного туризма проявляется ярко выраженной сезонностью летом. На протяжении двух летних месяцев (июль – август) по Европе путешествует примерно половина общего годового количества иностранных туристов. В Испании, например, число туристских посещений достигает кульминации в августе – 21,7% общего годового числа иностранных туристов. В Югославии свыше 50% всех ночевок туристов приходится на июль и август, причем уровень концентрации туристских потоков в эти месяцы возрастает в средиземноморских странах, как в Европе, так и в Африке и Азии. Зимой поток туристов заметно перемещается в африканские страны бассейна Средиземного моря. В этих странах туристский сезон длится весь год. Заезд иностранных туристов происходит более-менее равномерно на протяжении всего года. Разница в количестве прибывших туристов по месяцам незначительная.

Таким образом, уровень сезонности не во всех странах одинаков, а в отдельных странах практически даже отсутствует. В тех странах, где годовые колебания элементов климата небольшие, сезонность туризма проявляется слабее или же ее вовсе нет. В странах, где заметно проявляются природно-

климатические отличия по временам года, лето остается основным туристским сезоном.

Проблема увеличения туристского сезона остро встает перед туристическим хозяйством преобладающего большинства стран, но особенно она актуальна для стран Европы, где наблюдается высокий уровень концентрации туристских потоков в летние месяцы.

Проблема сезонности ждет своего решения в ряде странах Европы, где туристский сезон суженный. Например, в Болгарии, Венгрии, Югославии на июль и август приходится почти половина всех туристов.

1.2. Виды туризма и сезонности

Сезонность спроса зависит также и от вида туризма, и территории его освоения. Так, например, лечебно-познавательный туризм считается наименее подверженным сезонным колебаниям спроса, чего не скажешь о пляжном и горнолыжном. К другим «несезонным» типам туризма относятся деловой, экскурсионно-познавательный, паломнический. Для молодёжного и детского туризма характерен сезон отпусков и каникул. Спрос на образовательный туризм стабилен в течение всего года, однако некоторый подъём спроса характерен для лета и весны. Пожалуй, единственными видами туризма, сезонность которых ограничена конкретными датами, являются охотничий и рыболовный, поскольку время отлова (отстрела) регулируется правительством.

Различные районы пребывания имеют специфические формы сезонной неравномерности. Это дает право говорить о специфике неравномерности спроса в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты. Каждая дестинация может совершенно по-разному заполняться туристами в течение года. В связи с этим спрос на туристские услуги в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты различен. Сезонный характер предпочтений потребителя, играет большую роль при выборе им места отдыха. Например, стремительно развиваются средиземноморские курорты Турции, где суще-

ствуется длительный туристский сезон. Эти курорты очень популярны у россиян, так как, уезжая в отпуск холодной осенью или зимой, можно в это время вдоволь насладиться Средиземным морем и мягким климатом. Тем более, что туристу благоприятствует развивающаяся политика Турции, в результате чего можно совместить высококачественный и недорогой отдых [4, с. 84].

К несезонному туризму относится, в первую очередь, оздоровительный туризм. Оздоровительный туризм – самое массовое и популярное направление медицинского туризма. В XX веке в мире возникла целая курортная индустрия, охватывающая практически все страны и континенты. На базе традиционных климатических, бальнеологических, и грязевых курортов появились новые формы оздоровления – SPA, wellness, fitness. В список услуг, предоставляемых современными курортно-санаторными учреждениями, часто включаются check-up-программы.

Наибольшее распространение и популярность получили курорты, предлагающие несколько лечебно-оздоровительных факторов, особенно SPA-курорты или SPA-отели. Последние могут находиться не только в курортных зонах, но и в крупных мегаполисах, и также предоставлять услуги по оздоровлению и релаксации.

В мире широко известны европейские центры лечебно-оздоровительного туризма. Чехия лидирует по числу иностранных туристов, прибывающих на курортно-санаторное лечение. Знаменитая чешская здравница Карловы Вары принимает медицинских туристов со всех пяти континентов. Особой любовью этот бальнеологический курорт пользуется у жителей стран СНГ.

Горные и бальнеологические курорты Австрии и Швейцарии также являются главными европейскими направлениями оздоровительного туризма. Множество всемирно известных курортов (Виши, Эвиан) и центров талассотерапии находятся во Франции. Рядом прекрасных бальнеологических курортов располагает Италия. Бурными темпами развивается лечебно-оздоровительный туризм в Польше, Венгрии, Словакии, Болгарии. Румыния

и республики бывшей Югославии также предлагают оздоровительные программы на приморских и бальнеологических курортах. Морскими курортами привлекают туристов Испания, Португалия и Греция.

Традиционными местами оздоровительного туризма для жителей стран СНГ остаются Израиль (курорты Мертвого моря), Египет и Турция с их морскими климатическими курортами [7, с. 64].

Лечебно-оздоровительный туризм остается одним из самых перспективных направлений в индустрии туризма. Основа его популярности в XXI веке – победа профилактического направления в современной медицине, а также мода на здоровое тело и здоровый дух.

Ещё одним несезонным видом туризма является экскурсионно-познавательный. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление туристов с памятниками архитектуры, археологии, истории, культуры, природы, традициями и обычаями страны. Он также не подвержен сезонности, т.к. памятники архитектуры можно смотреть в любое время года, независимо от природно-рекреационных условий.

Религиозный туризм тоже относится к несезонным видам туризма. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды. Религиозный туризм подразделяется на две основные разновидности:

- паломнический туризм;
- религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности [21, с. 82].

Этот вид туризма также не зависит от сезонности, т.к. паломники могут путешествовать в любое время года.

Образовательный туризм – ещё один вид туризма, относящийся к несезонному. В настоящее время наиболее популярными стали следующие виды образовательного туризма:

- учебные поездки с целью изучения иностранного языка или тех или иных общеобразовательных или специальных предметов;
- ознакомительные поездки в учреждения, организации и предприятия;
- научные и учебные стажировки в учреждениях, организациях и на предприятиях;
- участие в семинарах, конференциях, съездах, конгрессах, творческих мастерских и мастер-классах, цель которых обмен опытом и получение новой профессионально важной информации;
- экскурсионно-ознакомительные путешествия по различным городам, природным зонам и странам [26, с. 72].

Сезонный туризм – это вид туризма, который наиболее подвержен сезонным колебаниям на протяжении года. К такому туризму относится пляжный и горнолыжный туризм.

Горнолыжный туризм относится к специальным видам туризма, так как является комбинированным видом туризма и включает элементы следующих видов: лечебно-оздоровительный, рекреационный, спортивный любительский, экологический туризм. Горнолыжный туризм – ярко выраженный сезонный вид туризма. По созданию турпродукта горнолыжный туризм относится к капиталоемким и трудоемким видам туризма. Данный вид туризма имеет целый ряд особенностей, отличающих его от других, более простых, видов. Прежде всего необходимо отметить особенности средств размещения в горнолыжном туризме. Размещение предусмотрено в специализированных гостиницах типа горных шале, архитектурно вписанных в окружающий пейзаж. Вблизи гостиниц обязательно наличие подъемников. Подъемники делятся на несколько типов: бугельные, кресельные, кабинные, гондольные. Гостиницы расположены вблизи горнолыжных трасс. По степени сложности трассы делятся на зеленые, синие, красные, черные. В горнолыжном туризме большую роль в стоимостном отношении играет ассортимент дополнительных услуг: услуги инструктора, прокат снаряжения, ski-pass. Особое значе-

ние для горнолыжного туризма имеет медицинское страхование. Как правило, страховая премия в 2,5 раза больше, чем при обычных видах туризма. Несмотря на то, что горнолыжный туризм относится к достаточно дорогим видам туризма, с каждым годом растет число туристов, увлекающихся данным видом [33].

Любители путешествовать должны знать, что в разное время года популярны разные туристические направления, и связано это, конечно же, с особенностями климата в той или иной стране. Немногим хочется ехать в Таиланд во время дождливого сезона или отдыхать на пляжах Турции зимой. Следует разобраться в том, какие страны наиболее популярны в разные сезоны (Приложения 1, 2).

Знать популярные туристические направления нужно не только для того, чтобы правильно выбрать курорт на пике сезона. Эта информация полезна и тем, кто любит спокойный отдых без толпы туристов.

Лето – это период отпусков и пик туристического сезона на курортах Черного и Средиземного морей. Именно поэтому в это время особенно актуален пляжный отдых, который с наступлением жары становится дешевле и доступнее. Среди россиян особенной популярностью пользуются курорты Краснодарского края, Крым, Турция, Болгария. Все дело в том, что на этих курортах отдых отличается достаточно низкими ценами.

Среди популярных туристических направлений в летний период необходимо выделить следующие страны: Египет, Индонезию, Австралию, Мальдивы, Хорватию, Белоруссию, Мексику, Тунис, Марокко, Испанию, Италию, Черногорию, Грецию, Кипр, Иорданию и Израиль, а также различные экзотические острова [22, с. 96].

Кроме пляжного, летом актуален и экскурсионный отдых, хоть он и не пользуется такой популярностью, как осенью и весной, из-за того, что в Европе – центре экскурсионного туризма – в это время стоит жара, не слишком располагающая к осмотру достопримечательностей. В летний период наиболее популярны экскурсии на Скандинавском полуострове – в Норвегии,

Финляндии, Швеции, а также в Швейцарии, Австрии, Чехии, Франции. В Египте, Иордании, Китае, Италии принято совмещать пляжный и экскурсионный отдых.

Пляжный отдых в начале осени практически не отличается от летнего – продолжают работать все те же курорты черноморья и средиземноморья. До сентября можно ездить в Крым, Болгарию, Турцию, Марокко. Даже в октябре можно отдыхать в Греции, Испании, Италии. Конечно же, продолжают свою работу курорты Египта, которые становятся популярнее, чем летом из-за того, что в этой стране спадает жара. Осенью можно посетить Бали, Австралию, Китай. Открывается туристический сезон в Таиланде, ОАЭ. Всю осень можно путешествовать на Маврикий Сейшелы, Мальдивы.

В это время года становятся популярными экскурсии в тех странах, где подходит к концу пляжный сезон. Это, конечно же, Италия, Греция и Турция – хранители памятников античной эпохи. Поскольку в Египте становится не так жарко, то набирают обороты экскурсии по местам древностей. Другие экскурсионные направления осенью – Испания, Китай, Финляндия, Норвегия, Швейцария, Франция, Чехия, Австрия [34, с. 122].

Зима – это время, когда больше всего хочется на море, ведь в России погода не радует. Черноморские и средиземноморские курорты уже давно закрыты, в Европе холодно, поэтому наиболее популярны для пляжного отдыха экзотические страны. Зимой часто путешествуют в Африку – в Египет, ЮАР. Открывается туристический сезон в странах Карибского бассейна – на Кубе и в Доминиканской республике. Один из самых экономичных вариантов отдыха на берегу моря – это Таиланд. Популярными туристическими направлениями зимой являются Арабские эмираты, Канарские острова, Мальдивы, Китай, Индонезия, Мексика, Иордания, Сейшелы. Зима – это время туристического сезона в Индии. Гоа является одним из самых дешевых курортов в это время.

Что касается Европы, то зимние месяцы – прекрасное время для экскурсионного отдыха в ее центральной и южной части, где в это время стоит

оптимальная погода для таких путешествий. Популярные туристические направления для экскурсий – Италия, Греция, Испания, Франция, Чехия. Также путешественники нередко направляются в Финляндию и Норвегию. Пользуются спросом туры в Китай.

Зима – это праздник для любителей горнолыжного отдыха. Именно в это время начинают работать горные курорты Европы. Популярные туристические направления в этой области – Швейцария, Австрия, Финляндия, Норвегия, Болгария, Польша, Андорра [45, с. 124].

Весной очень популярны экскурсионные маршруты по Европе. Для путешествий часто выбирают страны Скандинавского полуострова, нередко устраиваются круизы с осмотром достопримечательностей Норвегии, Финляндии, Швеции. На юге Европы еще не начался пляжный сезон, а значит, в этих странах наиболее популярен экскурсионный отдых. С этой целью стоит посетить Италию, Испанию, Турцию, Грецию. Из европейских стран больше всего привлекают достопримечательности Франции и Чехии, также популярны путешествия в Китай и Японию.

Пляжный отдых весной пользуется спросом, ведь за зиму все истосковались по морю и солнцу. В марте и апреле еще длится туристический сезон на Карибах – в Доминикане и на Кубе. Среди экономичных вариантов стоит выделить Египет и Гоа, среди более дорогих – Мексику, Маврикий, Мальдивы, Сейшелы. Популярными туристическими направлениями в сфере пляжного отдыха являются Шри-Ланка, Иордания, ЮАР, Канарские острова, Баги, Таиланд, Австралия и др.

Весной все еще работают горнолыжные курорты, однако их становится меньше, в сравнении с зимним периодом. Популярностью среди туристов пользуются трассы Франции, Австрии и Андорры.

В целом учет фактора сезонности в сочетании с видом туризма обеспечивает возможности для развития туристской дестинации.

1.3. Преодоление сезонных колебаний спроса в туризме

Сезонность спроса играет важную роль при реализации туристских услуг. Это явление имеет как положительные, так и отрицательные последствия.

С одной стороны, сезонность является причиной неравномерного распределения рабочего времени. Это значит, что в высокий туристский сезон обслуживающий туристскую отрасль персонал имеет много сверхурочной работы. В тоже время для межсезонья характерна недостаточная загруженность.

Однако, по сравнению с курортными предприятиями размещения и питания, туристские фирмы не так страдают от фактора сезонности. Туроператоры и турагенты – это довольно гибкие организации, которые достаточно быстро приспосабливаются к изменениям спроса. Так, например, некий туроператор специализируется на турах во Францию. С приближением зимы экскурсионно-познавательный и пляжный отдых становится уже не таким популярным, и туроператор способен оперативно «переключиться» на продажу горнолыжных туров во французские Альпы. В то же время гостиницы и рестораны привязаны к своему месторасположению и круглый год несут постоянные издержки, например, зарплата штатных сотрудников. Также, независимо от загрузки отеля, владельцы отеля обязаны поддерживать помещения в чистоте, платить за обогрев и электроэнергию здания и т.п. По этой причине многие курортные гостиницы в низкий сезон закрываются совсем. Отсюда вытекает следующая проблема – как нанять и сохранить квалифицированных работников.

В таких условиях и заинтересованность в труде организовать сложно, так как не работает основной метод стимулирования сотрудников – карьерная лестница.

С другой стороны, сезонность в туризме способствует широкому профилю персонала, поскольку одному и тому же работнику приходится выполнять разные функции в зависимости от сезонных особенностей.

Сезонность по сути своей нельзя ликвидировать, её возможно только смягчить. В несезон этому служат рекламные туры, скидки, организация специальных событий для привлечения туристов (фестивалей, выставок, праздников), инсентив-туры [36, с. 89].

Изучение сезонности позволяет влиять на неравномерность спроса в туризме. В настоящее время на туристском рынке экономически развитых стран прослеживается тенденция к снижению сезонной неравномерности в услугах туризма за счет опережающего развития предложения относительно спроса.

Чтобы привлечь туристов в межсезонный период или зимний сезон, правительственные организации и туристические фирмы осуществляют ряд стимулирующих мероприятий. Для увеличения туристского сезона, а затем для сглаживания сезонности во многих странах проводится пропаганда туристских маршрутов в несезонное время через рекламу, и устанавливаются льготы на этот период. Туристская реклама показывает преимущества отдыха зимой в горах и раскрывает возможности для зимних видов спорта, пропагандирует различные фестивали и выставки, которые проводятся в осенние, зимние и весенние месяцы. Туристам, путешествующим в несезонное время, предоставляются льготы в виде скидок тарифов за проезд и туристский сервис. Туристский опыт таких стран, как Югославия, Италия, Швейцария, Австрия, Франция и других, показывает, что развитие туризма в межсезонный период не только возможно, но и достаточно выгодно. Учитывая то, что межсезонье для развития морского туризма практически существенной роли не играет, туристические организации Италии, Франции и России увеличили в этот период число круизов.

В последнее время наблюдается быстрый рост темпов зимних видов отдыха и количества отдыхающих зимой. По данным ООН, через каждые

семь лет вдвое увеличивается число туристов, отдыхающих зимой. При этом большую роль играют горно-оздоровительные объекты, которые значительно расширяют возможность проведения отдыха зимой.

Увеличению туристского сезона содействует организация разнообразных спортивных соревнований, фестивалей, конкурсов, выставок, научных конференций и т.д.

В мире проблема сезонности решается по-разному. В Великобритании школьные каникулы длятся значительно меньше, чем в России. Данным вопросом занималась Палата лордов, принявшая решение скорректировать сроки и продолжительность каникул с целью равномерного распределения внутреннего туристического потока по сезонам. Прямо противоположная ситуация в Италии. Здесь ежегодно в августе закрывается подавляющее большинство предприятий – страна отправляется в отпуск. Не сложно догадаться, что в этот период цены на рекреационные услуги и размещение в гостиницах становятся заоблачными.

В России же с ее огромной территорией, жесткой региональной централизацией и концентрацией платежеспособного населения в столичном регионе, в городах-миллионерах и сырьевых центрах, а также с ее исторически сложившейся государственной системой управления санаторно-курортной отраслью – своя специфика.

В Москве, при ее сравнительном благополучии с точки зрения притока гостей и заполняемости гостиничных номеров – средне годовой показатель для отеля категории «пять звезд» составляет 70 – 80% – наблюдается ярко выраженная сезонность с периодами высокой (середина марта – середина июля, середина сентября – середина декабря) и низкой загрузки (середина июля – середина сентября, середина декабря – середина марта, выходные дни) [44].

В Санкт-Петербурге до недавнего времени зимние месяцы (декабрь и февраль) были для отельеров самыми проблемными. Сейчас на фоне растущей активности Северной столицы, как центра делового туризма, поток биз-

нес-путешественников позволил в значительной степени исправить ситуацию.

Тем не менее, сезонные колебания по-прежнему имеются: пик приходит на летние месяцы (с небольшим спадом в июле), угасание туристского потока – на сентябрь и начало октября. Кроме того, высокий спрос на город на Неве отмечается в новогодние праздники, 8 марта, а так же в период весенних и осенних каникул. А также западная система деления отпуска на две части – это ещё один из методов, благодаря которому пытаются диверсифицировать (распределить) нагрузку на гостиничные площади равномерно в течение года.

На сезонность спроса влияют также факторы психологического характера (традиции, подражание, мода). Пики и спады туристской активности во многом можно объяснить консерватизмом большинства туристов, т.е. укоренившимся мнением, что лето – самое благоприятное время для проведения отпусков [12].

Для сглаживания сезонных колебаний в наиболее слабые месяцы рекомендуется применять методы стимулирования сбыта.

1. Бесплатное распространение рекламных буклетов, коммерческого предложения.
2. Предоставление скидок и бонусов за определенный объём покупки и её регулярность.
3. Предварительное заключение контрактов с туристическими компаниями на более выгодных условиях.
4. Снижение цены в месяцы с пониженным спросом.
5. Продажа услуг в кредит (с обеспечением оплаты).
6. Разработка и презентация новых портфелей услуг [9, с. 137].

Другое направление преодоления сезонности – это разработка и продвижение новых видов турпродукта, не подверженных сезонным колебаниям. Это, прежде всего, развитие конгрессного и событийного туризма, а так-

же социального туризма для целевых групп: познавательного – для пенсионеров и образовательного – для молодёжи.

Концепция социального туризма базируется на трех основополагающих принципах: обеспечение отдыха всех и каждого члена общества путем широкого вовлечения в сферу туризма людей с низким уровнем доходов, субсидирование туризма малоимущих и активное участие центральных правительственных, муниципальных, общественных и коммерческих структур в его развитии. Эта концепция была реализована на практике в Швейцарии и Франции благодаря системе отпускных чеков. Главным ее элементом является чек – платежно-расчетное средство, вводимое в обращение для оказания адресной помощи туристам и обеспечения доступности отдыха всем слоям населения [20, с. 211].

Развитие конгрессного и событийного туризма также способствует преодолению сезонности в разных туристских направлениях. Интернационализация хозяйственной и культурной жизни проявляется в расширении контактов между специалистами разных направлений и проведении многочисленных конгрессов, съездов, совещаний, симпозиумов, конференций.

География конгрессных центров неуклонно расширяется. Центрами конгрессного туризма становятся города, отвечающие следующим требованиям: выгодное географическое положение, удобное транспортное сообщение, высокое качество индустрии гостеприимства, наличие необходимых помещений для заседаний, лидерство или значимость в определенном виде человеческой деятельности (науки, культуре, бизнесе и пр.), архитектурная привлекательность, наличие в самом городе или вблизи него экскурсионных объектов. Как правило, таким условиям отвечают крупные города (часто столичные), поэтому они и стали важнейшими центрами проведения конгрессов. Конгрессы часто проводят в научных, университетских, культурных и промышленных центрах, курортах.

Что же касается событийного туризма, то это направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к

какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм – это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар. В событийном туризме можно выделить несколько тематических видов – национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра и т.д.

Ещё одним несезонным видом туризма является деловой туризм, развитие которого в больших масштабах ведет к сглаживанию сезонных колебаний. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными целями без получения доходов по месту командирования. В отличие от поездок на отдых решение о командировке, источниках и размерах ее финансирования принимают, как правило, не сами туристы, а другие лица (начальник по службе, руководитель фирмы).

К деловому туризму ВТО относит поездки для участия в съездах, общих собраниях какой-либо организации дипломатического или иного характера (за исключением поездок лиц, занимающих посты в посещаемой стране), научных конгрессах и конференциях, производственных семинарах и совещаниях, ярмарках, выставках и международных салонах и другие служебные поездки (установка и наладка оборудования, заключение контрактов и т.д.). В число деловых туристов ВТО включает водителей грузовиков, коммерческих агентов, стюардесс, тургидов и др., постоянно находящихся в разъездах и выполняющих свои профессиональные обязанности за пределами обычной среды. Согласно определению посетителя, всех их правомерно считать туристами на работе [49, с. 16].

В специальной литературе деловой туризм часто подразделяется на собственно бизнес-поездки, конгрессно-выставочный и ин센див-туризм (от англ. incentive – побудительный, поощряющий). Последний представляет собой поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе. Конечно, стимулировать производительный труд можно и с помощью денежной премии. Но, как показывает практика, туристская поездка несет в себе гораздо более сильный побудительный мотив к лучшей работе. Такая форма поощрения труда особенно хорошо зарекомендовала себя в страховых и банковских компаниях, на торговых предприятиях, имеющих разветвленную дилерскую сеть. Результаты опроса, проведенного среди коммерческих фирм Великобритании, показали, что более 90% их числа признают высокую эффективность ин센дива и намерены использовать его и в дальнейшем.

Еще одним новым видом туризма стал гастрономический туризм, который уже чрезвычайно популярен и активно развивается во Франции, Италии, Испании и других странах, где существует развитая сеть винно-гастрономических туров. Этот новый вид туризма имеет большие перспективы развития, а организация гастрономических туров будет способствовать возрождению национальных кулинарных традиций стран мира и во многом решит проблему сезонности [40, с. 13].

Широко известные по всему миру паломнические туры также играют важную роль в развитии этого вида туризма, как преодоления сезонности. Паломнический туризм – это совокупность поездок представителей различных конфессий с паломническими целями. Паломничество – стремление верующих людей поклониться святым местам.

Всё выше перечисленные виды туризма не подвержены сезонности так, как, например, подвержен ей пляжный туризм. Поэтому более широкое распространение этих видов туризма по всему миру может окончательно решить проблему сезонности, сделав их популярными среди населения разных стран.

2. Анализ состояния и перспективы развития туризма в Турецкой Республике

2.1. Роль и место туризма в социально-экономическом развитии государства

Турецкая Республика, государство на Ближнем Востоке. Большая часть ее территории находится в Азии (Анатолия, включающая полуостров Малая Азия), а меньшая – в Европе (Восточная Фракия). Эти части разделены проливом Дарданеллы (длина 64 км), Мраморным морем и проливом Босфор (32 км), которые имеют важное стратегическое значение и образуют водный путь, соединяющий Черное море со Средиземным.

В настоящий момент Турция является активно развивающимся, государством с прекрасно развитой туристской индустрией. Турецкая республика – авторитетный член мирового сообщества, немаловажный участник НАТО.

Турция омывается Черным морем с севера, Средиземным с юга, Эгейским с запада и между Фракией и Ближним Востоком – Мраморным морем. В Европе Турция имеет границы небольшой протяженности с Болгарией на севере Грецией на западе, Грузией и Арменией в Закавказье, с Ираном и Ираком на востоке и с Сирией в междуречье Тигра и Евфрата. Вся территория страны находится в пределах средиземноморского субтропического климатического пояса. Свообразием отличается континентальный, сухой, с продолжительной и холодной зимой климат Внутренней Анатолии, отрезанной от моря горными системами. Здесь произрастает более 10 000 растений, 3 000 из которых не встречаются в других странах. Крупнейшая река страны – Кызылырмак (1355 км), самое крупное озеро – Ван (3713 кв. км) [8, с. 73].

Столица Турции – Анкара.

Население Турции – 72 млн. человек.

Единственным государственным языком является, относящийся к тюркской группе, тюрко-турецкий. В Турции также широко распространены английский и немецкий языки.

Денежной единицей Турции является турецкая лира.

Турецкая Республика – унитарное государство со смешанной формой правления (в нем сочетаются элементы как парламентарной, так и президентской республики). Действует конституция, принятая в 1982.

Законодательная функция в Турции принадлежит однопалатному парламенту (меджлису) – Великому национальному собранию Турции (ВНСТ) из 550 депутатов. Исполнительная власть осуществляется президентом и Советом министров.

В административно-территориальном отношении Турция разделена на 80 илей (провинций), 849 ильче (округов), которые в свою очередь делятся на 681 буджак (волость, буджаки имеются не по всех ильче). Кроме того, крупные города разделены на городские округа и кварталы (махалле). Население Турции составляют преимущественно турки.

На юго-востоке страны проживает около 10 миллионов курдов, коренных жителей Анатолии. Вдоль сирийской границы расселено около миллиона арабов, а в вилайете Мардин – еще 20 тысяч сирийско-православных христиан, говорящих на арамейском языке.

Официальным статусом меньшинств пользуется несколько десятков тысяч греков, армян и испанских евреев. Доля городского населения в Турции – 48%.

Распределение жителей по территории Турции происходит крайне неравномерно. Наиболее густо заселены побережья Мраморного и Черного морей, затем – районы, прилегающие к Эгейскому морю. Самый густонаселенный город – Стамбул и самый малонаселенный – Ханяри.

По данным всеобщей переписи населения около 65% населения Турецкой республики проживает в городах. Еще в 1950 году горожане составляли лишь четверть населения страны. Но именно в 50-х в стране активизировалась урбанизация в связи с началом широкомасштабного процесса механизации сельского хозяйства. Перепись 1985 года впервые в истории Турецкой Республики зафиксировала преобладание численности городского населения

над сельским (53% и 47% соответственно). Среднегодовые темпы роста городского населения в 90-е снизились до 2,8% против 5,4% в 80-е, но при этом остаются весьма значительными.

В настоящее время в Турции насчитывается, по крайней мере 10 городов, численность населения которых превышает 1 млн. человек:

- Стамбул (16018) – бывший Константинополь, в прошлом столица Османской империи, находящийся на берегах Босфора;
- Анкара (5007) – нынешняя столица Турции, расположенная на Анатолийском плоскогорье;
- Измир (бывш. Смирна, 3370) – важный порт на побережье Эгейского моря;
- Конья (2192) – крупный промышленный, транспортный и культурно-религиозный центр;
- Бурса (2150) – крупный промышленный и туристический центр;
- Адана (1849) – важный промышленный город, центр ведущего сельскохозяйственного района страны, специализируется на переработке разнообразных видов сельскохозяйственного сырья (хлопка, масличных культур), имеет развитую строительную индустрию;
- Анталья (1719) – крупнейший туристический и торговый центр;
- Ичель (бывш. Мерсин, 1615) – крупный портовый город, обслуживающий торговлю Аданы и района Аданской низменности;
- Диярбакыр (1362) – крупнейший промышленный и транспортный центр на юго-востоке страны;
- Газиантеп (1265) – быстро развивающийся промышленный центр на юго-востоке страны [50, с. 50].

Экономика Турции последние 14 лет интенсивно развивалась, демонстрируя устойчивый рост. Тщательно разработанная макроэкономическая стратегия, соответствующие фискальные политики и значительные структурные реформы способствовали интеграции экономики Турции в глобали-

зирующийся мир, при этом преобразуя страну в одного из главных получателей прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в данном регионе.

Эти реформы усилили роль частного сектора в экономике Турции, повысили эффективность и гибкость финансового сектора, а также создали более прочную основу для государственной финансовой системы. Реформы усилили макроэкономический фундамент страны, позволив экономике расти со среднегодовым темпом роста реального ВВП 5,6% с 2003 по 2016 год (рис. 2.1).

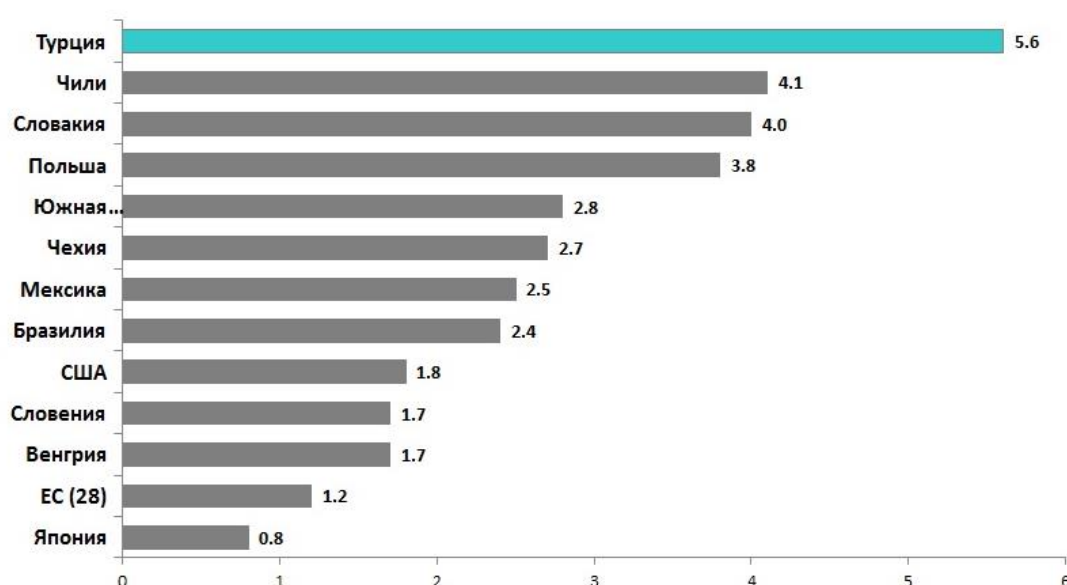


Рис. 2.1. Среднегодовой рост реального ВВП (%) в 2003 – 2016 гг.

Предусмотренный ЕС общий номинальный государственный долг снизился с 72,1% в 2002 года до 28,3% в 2016 году. Турция выполняет 60-процентный маастрихтский критерии ЕС для государственного долга уже с 2004 года. Аналогичным образом, в 2003 – 2016 гг. уменьшился и бюджетный дефицит – с более чем 10% до менее 2% по отношению к ВВП, что является одним из маастрихтских критериев ЕС по бюджетному сальдо.

Так как уровень ВВП вырос с 236 млрд. долл. США в 2002 году до 857 млрд. долл. США в 2016 году, ВВП на душу населения за данный период также вырос – с 3581 долл. США до 10807 долл. США.

Видимые улучшения в экономике Турции усилили и внешнюю торговлю. Экспорт достиг 143 млрд. долл. США к концу 2016 года (с 36 млрд. долл. США в 2002 году), в то время как доходы от туризма, которые в 2002 году составляли приблизительно 12,4 млрд. долл. США, в 2016 превысили 22 млрд. долл. США.

Существенные улучшения за такой короткий период времени сделали Турцию в мировом экономическом масштабе страной с исключительной развивающейся экономикой. Турция стала 17-й крупнейшей экономикой в мире и 6-й крупнейшей экономикой в сравнении со странами ЕС (согласно данным ВВП за 2016 год).

Экономика Турции является сочетанием традиционных ремесел и современных отраслей промышленности. В стране есть большой сельскохозяйственный сектор, который в последнее время сильно развивается.

Турецкая экономика очень динамичная и быстро развивающаяся. Она снабжена высокоразвитой инфраструктурой и рабочей силой, конкурентоспособной даже на мировом рынке. ВВП страны на душу населения сопоставим с мировыми странами, чьи доходы выше среднего. Помимо сельского хозяйства, в экономику Турции вносит вклад сфера услуг, промышленность, туризм и финансовый сектор.

Большую часть экономики Турции составляет все же сельское хозяйство. Сельскохозяйственный сектор Турции – седьмой крупнейший в мире, в нем занято примерно треть от всей рабочей силы страны. Кроме того, в стране быстро развивается промышленный сектор, и вскоре он может стать лидирующим в экономике Турции.

Сельскохозяйственными продуктами, приносящими больше всего дохода, являются табак, сахарная свекла, хлопок, оливки, бобовые, зерна, и цитрусовые. Отраслями, имеющими экспортное значение, выступают текстиль, обработка и упаковка продуктов питания, транспортное оборудование, электроника, добыча угля, хрома, меди, бора, и железной руды, металлургия, нефтепродукты, строительство и строительные материалы, древесина и бума-

га (табл. 2.1). Кроме всего перечисленного, определенный доход стране приносит туризм.

Таблица 2.1

Структура производства Турции (% от ВВП)

Отрасль промышленности	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пищевая	1,9	1,83	1,8	1,76	1,8	1,8
Текстильная	23,8	22,7	21,7	22,3	22,5	23,9
Деревообрабатывающая	5,9	5,5	5,4	5,3	5,6	5,7
Химическая	4,5	4,8	5,5	5,8	6,5	7,0
Горная	13,9	13,4	13,3	12,7	12,0	12,5
Металлообрабатывающая	6,5	6,2	6,0	5,8	6,2	6,5
Машиностроение	20,5	19,0	18,0	17,6	16,7	15,2
Транспортная	9,1	9,2	9,4	9,7	11,6	12,1

Важное место в экономике страны занимает туризм. Турция обладает богатыми рекреационными ресурсами, способными удовлетворить все потребности туристов во всех видах рекреационной деятельности. В стране есть все необходимые предпосылки для развития туризма, а привлекательность региона обусловлена наличием широкого спектра туристических ресурсов.

Турция это Мекка летнего отдыха для туристов из СНГ. Туристический бизнес Турции развивается семимильными шагами. Ещё в начале 90-х годов отдых в Турции был дорогим эксклюзивом и имел этнический оттенок. Сейчас – это серия современных курортов, на которых отдыхает вся Европа.

В общем списке наиболее посещаемых стран Турция занимает едва ли не первое место. Ежегодно, на территорию этой страны съезжаются 46% от общего числа туристов всего мира, в том числе из различных регионов РФ – 12%.

Турция – это место для покупок, т.е. очень популярны шоп-туры – кожа, золота и конечно же, текстиль. Помимо шоп-туров, эта страна привлекает туристов со всего мира еще и тем, что она славится высоким комфортом отелей, отличным сервисом и, самое главное, очень древними памятниками истории и архитектуры.

Индустрия туризма начала привлекать внимание властей Турции со второй половины 20 века. С 60-х годов в Турции стали разрабатываться 5-летние планы развития. За это была ответственна образованная тогда же Организация государственного планирования.

В первых пятилетних планах развития указывалось на необходимость получения выгоды от развития сферы туризма. Планы намечали развитие инфраструктуры, увеличение мест для отдыха. Уже в 60-е годы был замечен гигантский потенциал Турции в области туризма, на развитие этой индустрии делали особый акцент в своих речах представители власти. Но нельзя сказать, что на этой начальной стадии выделялись достаточные средства или принимались все необходимые меры для развития этого сектора. Недостаток бюджетных средств и капитальных вложений послужил основным препятствием для создания туристического потенциала Турции.

Ограниченные финансовые ресурсы и разнообразие ресурсов туристических неизбежно привели к выбору приоритетных туристических районов. В начале 1970-х годов побережье от провинции Балыкесир до провинции Анталья (сюда входят такие популярные сегодня места отдыха, как Измир, Кушадасы, Бодрум, Мармарис и другие) было провозглашено приоритетным районом для привлечения инвестиций, министерством туризма совместно с другими министерствами были начаты работы по планированию развития туристического сектора в этой части Турции, чтобы сократить разрыв между планами развития и претворением проектов в жизнь.

В связи с ростом спроса на туристические услуги в мире министерство туризма Турции приступило к реализации проектов по развитию курортов. Например, одним из них был проект развития Южной Анталья, который поддержан Международным Банком Реконструкции и Развития. Однако все равно развитие туристического сектора шло медленными темпами. Не последнюю роль в этом играло малое финансирование.

Новый этап в развитии туризма в Турции наметился с середины 80-х годов. Именно тогда тезис о приоритетности индустрии туризма, выражен-

ный в программах развития, начал получать реальное воплощение. Во-первых, в 1982 году был принят Закон о поощрении туризма №2634, заменивший закон №6086, действовавший с начала 1960-х годов. В этом законе содержалось больше стимулов для развития отрасли, больше полномочий получало министерство туризма. Среди стимулов можно выделить льготные тарифы на электричество, воду и газ в приоритетных районах, освобождение от некоторых налогов и пошлин, льготное кредитование для тех, кто действовал в этой отрасли. Министерство туризма получало большую свободу выбора в определении районов для развития туризма и планирования.

Во-вторых, в 1983 году к власти пришло правительство Т. Озала. Оно взяло курс на приватизацию, отказ от регулирования цен, либерализацию импорта, развитие частного сектора и другие меры для перехода к свободной рыночной экономике. Это дало свои положительные результаты. Особенно активизировался частный сектор. В рамках проводимой политики в Турции началось создание свободных экономических зон, которые сыграли колоссальную роль в развитии сферы туризма.

Свободные зоны создавались в соответствии с Законом о свободных зонах №3218 от июня 1985 года. Целями их создания были интенсификация капиталовложений, увеличение производства в экспортных отраслях, активизация поступления в страну новых технологий. В пределах зон свободной торговли не действуют положения законодательства, касающиеся налогов и других видов обязательных сборов, в том числе комиссионных, при продаже и покупке валют. Доходы от деятельности в свободной зоне физических и юридических лиц, проживающих в Турции, освобождаются от подоходного и корпоративного налога. При въезде в зону и выезде из нее действует таможенное законодательство, но на товары, ввозимые в зону или экспортируемые из нее в другие страны, не начисляются таможенные пошлины и другие сборы. Существуют лишь отчисления в Фонд учреждения и развития зоны, составляющие 0,5% от стоимости ввозимых и вывозимых товаров. Однако и эти отчисления не производятся с инвестиционных и других товаров, импор-

тируемых в зону на стадии создания или ремонта промышленного предприятия.

Ориентация на внешние связи в период реформ, создание конкурентной обстановки во всей экономике и в сфере услуг, в частности, обеспечение в целом социально-экономической стабильности в стране активизировали развитие туризма. За короткий промежуток времени в Турции, не без использования иностранных инвестиций, в первую очередь немецких, была создана разветвленная сеть отелей, кемпингов, построены отличные дороги, началась подготовка собственных высококвалифицированных гидов со знанием основных европейских языков. Большое внимание стало уделяться реконструкции старых достопримечательностей. Например, Анталья (одна из первых свободных зон), которая раньше была труднодоступной из-за отсутствия даже железной дороги, обладавшая маленьким портом, совершенно преобразилась. Здесь был построен аэропорт международного класса, морской порт модернизировали. Появилась сеть пятизвездочных отелей. Сегодня Анталья – наиболее посещаемый летний курорт страны.

Являясь 6-м по популярности туристическим направлением в мире, и принимая последние годы более 40 миллионов туристов каждый год, Турция продолжает осуществлять обширные инвестиции, как в существующие, так и новые создаваемые подотрасли этой индустрии.

Обладая выгодным местоположением, значительным потенциалом, реализуя мегапроекты и амбициозные цели, запланированные до 2023 года, туристический сектор продолжает наращивать темпы, которые опережают существующее число спальных мест. Даже при том, что последние несколько лет имел место значительный рост инвестиций, все еще остается вполне достаточное место для создания новых предприятий. Не использованы все возможности для культурного туризма в Восточной и Юго-Восточной Анатолии, и становится все более популярной концепция бутик-отелей, сочетающая характерную местную природу, историю и культуру регионов.

В целом туристический сектор Турции характеризуется такими фактами:

- увеличение ежегодного приема туристов к 2023 году до 50 млн. человек и доходность до 50 млрд. долларов США;
- по данным Министерства культуры и туризма в 2015 году Турцию посетили 39,4 млн. туристов, при этом общий оборот туристической отрасли за этот год составил 31,4 млрд. долларов США;
- рост туристической отрасли Турции последние годы выше среднемирового уровня, и прямой вклад отрасли в дефицит текущего баланса в 2015 году составил 80%, в то время как ее вклад в ВВП достиг 4,37%;
- к концу 2015 года было зарегистрировано 13615 гостиничных предприятий, 9188 из этих предприятий были лицензированы их соответствующими муниципалитетами, в то время как остальные 4427 лицензий были выданы для ведения туристической деятельности, общее число мест в этих гостиничных предприятиях превышает 1250000;
- в настоящее время на стадии реализации 281 проект, которые обеспечат предложение 74130 мест;
- Анталья – самый популярный у туристов город в Турции, исходя из числа посещающих его иностранных гостей – в 2014 году ее посетили 34% иностранных туристов, более 500 4- и 5-звездочных отелей в центре и близлежащих городах, таких как Кемер, Белек и Кас;
- в 2015 году в Турции работало более 165 гостиничных сетей, при этом 15% этих отелей принадлежали международным инвесторам;
- протяженность береговой линии Турции 7200 км, и страна занимает 2-е место среди 38 стран по числу пляжей, имеющих синий флаг, – всего 436 таких пляжей – больше пляжей с синим флагом, чем у Турции, только у Испании – 578;
- с точки зрения возможностей геотермального туризма Турция входит в семерку лучших стран в мире и занимает 1-е место в Европе, распола-

гая 1500 термальными источниками, число спальных мест на различных термальных СПА-курортах достигло в сумме 55140;

- Турция также находится на стадии развития гольф-туризма, предлагая 15 лицензированных для туризма гольф-курортов;

- на основании показателей туризма за 2015 год Euromonitor International составила список 100 наиболее посещаемых городов мира, в котором Анталья занимает 10-е место с 11,1 млн. иностранных гостей;

- Стамбул является 5-м наиболее посещаемым городом согласно Всемирному рейтингу посещаемых городов за 2015 год компании MasterCard с более чем 11,8 млн. зарубежных и местных гостей в год;

- в отчете по рейтингу стран и городов Международной ассоциации конгрессов и конференций за 2014 год Стамбул занимает 8-е место в мире как один из самых популярных городов в мире для проведения конгрессов со 130 конгрессами;

- турецкое правительство предлагает программы стимулирования и проводит политику, предлагающую сниженные цены на коммунальные услуги и пониженные налоговые ставки, решительно устраняя любые бюрократические барьеры, которые могут препятствовать росту туристического сектора [60].

Наиболее перспективными туристическими рынками Турции уже не один год остаются страны ЕС и СНГ. Из всех стран ЕС пальму первенства держит Германия, а из стран СНГ – Россия.

Основными целями туристских прибытий в Турцию являлись отдых и посещение родственников и друзей. Абсолютное большинство туристов воспользовались воздушным и автомобильным видами транспорта.

Туристы предпочитают останавливаться в отелях и пансионатах (43,2%), далее следует частный сектор (28,5%), остановки у родственников и друзей (23%), съемное жилье (3,1%) и др.

Прибытие туристов в Турцию по цели

Цель посещения	Всего (%)
Отдых и развлечение	35,7
Посещение родственников и друзей	24,3
Деловые встречи, конференции	10,7
Поиск работы	4,6
Образование	3,2
Религиозные цели	2,0
Оздоровление	1,2
Шоппинг	0,6
Спортивные мероприятия	0,2
Другие	17,5
Общее количество	100,0

В 2015 году доля туризма в ВВП Турции уменьшилась из-за российско-экономического кризиса и политической напряженности после того, как над ее территорией был сбит военный бомбардировщик РФ. На нее также повлияло увеличение количества террористических атак. По оценкам экспертов, потери Турции в 2015 году составили 5 млрд. долларов. Однако Стамбул остается одним из самых посещаемых городов в мире. Доля туризма в ВВП Турции составляет около 10%.

Как отмечают эксперты, резкое падение турпотока может негативно сказаться не только непосредственно на туристической отрасли, но и на сопутствующих отраслях. Так, в зоне риска находятся розничные продажи, а также текстильная промышленность.

Турция славится текстильной промышленностью. Среди крупнейших и наиболее известных турецких производителей одежды выделяются компании Çak Group, Mavi Jeans, Saray Hali, Yataş Yatak, Yakupoglu Tekstil, Üniteks Gıda Tekstil, Aydınli Hazir, Mintay Tekstil. Также предприятия Турции выполняют заказы компаний Hugo Boss, Levi Strauss & Co., H&M, Inditex и Benetton Group.

Если раньше туристы, помимо осмотра достопримечательностей и пляжного отдыха, совершали шоппинг-туры, делая покупки в Турции, то с

сокращением турпотока текстильную отрасль ждут непростые времена, так как спрос на продукцию по прогнозам также снизится. Выделка кож и производство кожаной обуви и аксессуаров также являются важным сектором легкой промышленности Турции.

Однако кожевенный сектор также ждет непростые времена в связи со снижением числа туристов в стране, многие из которых раньше предпочитали покупать сумки, обувь и аксессуары именно в этой стране.

Пострадает и рынок недвижимости. Как отмечают эксперты, Турция входила в топ-5 популярных стран для покупки недвижимости у россиян. Россияне являются одними из лидеров среди иностранных собственников турецкой недвижимости наряду с гражданами Германии и Великобритании.

Россиянам в Турции принадлежит порядка 10 тыс. объектов. В зависимости от региона россияне составляют от 10% до 50% среди иностранных инвесторов в турецкую недвижимость [56].

При этом более 1300 турецких отелей на побережье Средиземного моря были выставлены на продажу, после того как прекратился турпоток из России. Общая стоимость отелей, выставленных на продажу, составляет около 38,8 млрд. турецких лир (\$13,1 млрд.).

В целом туристический сектор является одним из секторов, который вносит вклад в экономический рост страны и создает рабочие места. Согласно статистике Всемирной организации туризма, каждый 11-й человек, нанимаемый на работу в стране, прямо или косвенно оказывает услуги или продает товары сектору туризма. Развитие этого сектора, благоприятно влияющего на экономику, поддерживается за счет нескольких каналов, главные из которых – географические и климатические особенности страны, исторические достопримечательности, наличие квалифицированного персонала. Согласно проведенным исследованиям, один из факторов, влияющих на путешествия, заключается в ценности валюты страны, принимающей туристов. С этой точки зрения, особенно для стран с малоразвитой и развивающейся экономикой, туристический сектор стимулирует рост экономики страны, так как обеспе-

чивает приток валюты, и с нескольких аспектов положительно влияет на развитие экономики страны.

Турция обладает развивающейся экономикой, развитым рынком товаров и услуг, молодым и динамичным населением и ее экономика входит в двадцатку самых развитых экономик мира. Сектор туризма в Турции стал быстро развиваться после 80-х годов прошлого века. Турция является одной из самых привлекательных стран мира с точки зрения туризма и принимает в среднем ежегодно около 40 миллионов туристов.

По прогнозам возобновление отношений Турции и России оживило сектор туризма. В 2017-м году Турцию посетят 3,5 – 4 миллиона российских туристов. В среднем расходы туристов в ходе пребывания в Турции на человека составляют 800 долларов. В общем, это означает приток валюты в размере 3 – 4 миллиардов долларов. Рост курса валют может повлиять и на рост числа других иностранных туристов в Турции. В среднесрочной перспективе увеличение числа туристов будет способствовать большему притоку валюты и может повлиять на снижение курсов валют.

Турция воплощает в себе влияние множества культур, оставивших в свое время след в истории и на географической карте и уходящих корнями в эпоху первых на планете цивилизаций. Множество народов строили здесь свои империи, обусловив необычайное многообразие страны. Сегодня гости Турции могут ощутить современный ритм жизни, соседствующий со свидетельствами далекого прошлого.

Все это делает Турцию особой в географическом и историческом отношении страной, где моря встречаются с горами, где соседствуют разные культуры. Вот почему Турция становится все более популярным туристическим направлением для всех, кто ищет совершенной гармонии природы, истории и культуры.

Туристический сектор, развивающийся в свете внутреннего и внешнего спроса, послужит увеличению инвестиций, росту рабочих мест, что будет вносить вклад в развитие экономики.

2.2. Туристские регионы Турции и их развитие

Турция очень богата достопримечательностями, и по количеству их не уступает Греции. Италии или Испании. Территория нынешней Турции богата памятниками Римской, Византийской, Сельджукской и Османской империй и всех упомянутых культур.

Территориально Турция делится на 81 провинцию (иль), которые подразделяются на районы (ильче). Также существует неформальное разделение на 7 туристских регионов: Эгейский, Черноморский, Средиземноморский, Центральная Анатолия, Восточная Анатолия, Мармара, Юго-Восточная Анатолия (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Туристские регионы Турции и их характеристика

Название круга	Площадь (км ²)	Население	Провинций	Центр
Эгейский регион Ege Bölgesi	88000	8938781	8	Смирна
Черноморский регион Karadeniz Bölgesi	115000	8439213	18	Трапезунд
Центральная Анатолия İç Anadolu Bölgesi	190000	11608868	13	Анкара
Восточная Анатолия Doğu Anadolu Bölgesi	148000	6137414	14	
Мраморноморский регион Marmara Bölgesi	72000	17365027	11	Стамбул
Средиземноморский регион Akdeniz Bölgesi	93000	8706005	8	
Юго-Восточная Анатолия Güneydoğu Anadolu Bölgesi	75000	6608619	9	

Так, туристские регионы включают следующие города:

– Эгейское побережье, Эгейское море (Ege Denizi), Измир (Izmir), Бергама (Bergama), Айванлык (Ayvanlık), Чешме (Çeşme), Кушадасы (Kuşadası), Сельчук (Selcuk), Эфес (Efes), Мериемана (Merieman), Айдын (Aydın), Милет (Milet), Приена (Priena), Дидим (Didyma), Бодрум (Bodrum), Галикарнас (Galikarnasos), Мугла (Muğla), Мармарис (Marmaris), Датча

(Datça), Памуккале (Pamukkale), Денизли (Denizli), Дальян (Dalyan), Даламан (Dalaman);

- Черноморское побережье, Чёрное море (Kara Deniz), Синор (Sinop), Самсун (Samsun), Трабзон (Trabzon), Ризе (Rize);

- Центральная Анатолия, столица Турции Анкара (Ankara), Восточная Турция, озеро Ван (Van Gölü), гора Немрут (Nemrut);

- регион Мраморного моря, Мраморное море (Marmara Denizi), Стамбул (Istanbul), пролив Босфор (Istanbul Boğaz), Эдирне (Edirne), Чаннакале (Çannakale), пролив Дарданеллы (Çannakale Boğaz), Троя (Truva), Ялова (Yalova), Бурса (Bursa), гора Улудаг (Uludağ), Изник (Izник), древняя Никея, Кютахья (Kütahya), Балыкесир (Balıkesir);

- Ликийское побережье, Фетхие (Fethiye), Калкан (Kalkan), Каш (Kaş), Кекова (Kekova), Демре (Demre), древняя Ликия;

- Анатолийское побережье, Кемер (Kemer), Анталия (Antalya), Белек (Belek), Сиде (Side), Аланья (Alanya), Средиземное море (Ak Deniz), Аспендос (Aspendos), Адана (Adana), Хатай (Hatay), Антакья (Antakya), Озёрный край, Конья (Konya), Каппадокия (Kappadokya), Невшехир (Nevşehir), Гёреме (Göreme), Аванос (Avanos).



Рис. 2.2. Туристские регионы Турции

На кемерском побережье, на оконечностях которого находятся Кемер и Фетхия, находится Демре – место, освященное Николаем Чудотворцем, много лет служившим здесь епископом. Здесь есть прекрасная церковь, которая была впоследствии восстановленная княгиней Голицыной.

На территории Турции в прошлом исповедовалось православное христианство, и памятники православной культуры представляют большой интерес.

Любознательных туристов привлечет курортный город Каш (древний Антифеллус), расположенный неподалеку от Миры. В недалеком прошлом он считался рыбацким поселком. За последние годы Каш превратился в известный курорт с узкими старинными улочками и базарами, массой баров, ресторанов, дискотек. Недалеко от него находится другой город – Патару. По легенде, в Патаре родился Аполлон.

Для археологов представляют большой интерес развалины древнего города Фазелиса – излюбленное место зимнего отдыха Александра Македонского.

Большой интерес у туристов вызывает древний амфитеатр Аспендос, который находится неподалеку от Анталии. Он идеально уцелел с древнейших времен: сохранились древние орнаменты и поразительная акустика. Именно здесь проводятся музыкальные фестивали.

По дороге от Аспендоса расположен акведук, построенный во времена римского правления.

Неподалеку от него – мертвый город Перге – который был когда-то самым крупным городом античного государства Памфилии. Развалины его до сих пор поражают и притягивают, подобно египетским пирамидам.

Каппадокия – уникальное чудо природы. Здесь сохранились складчатые горные породы и подземные города первых христиан, скрывавшихся здесь от преследований. В горах христиане строили подземные церкви поразительной красоты (снаружи они были хорошо замаскированы, что позволило их уберечь от разграбления).

На горе Немрут, на востоке страны возле города Адьяман есть музей под открытым небом. На высоте 2000 метров из земли вырастают огромные барельефы, 10-метровые статуи богов, человеческие и птичьи головы из камня. До сих пор остается загадкой каким образом эти камни были подняты на такую высоту. Восход и закат солнца усиливают магнетизм и таинственность этого места.



Рис. 2.3. Основные центры достопримечательностей Турции

Из исторических достопримечательностей в городах можно посмотреть следующее.

В Адана – большой римский каменный мост (II век) руины замка 782 года, археологический музей, мечеть Эски-Яг.

В Анкаре – прекрасный музей Анатолийских цивилизаций с богатейшими коллекциями предметов быта и искусства хеттов и фригийцев старый город, расположенный вокруг средневековой цитадели, мечеть Хаджибайрам, мавзолей Кемалю Ататюрка.

В Антакья (Антиохия) – остатки римских храмов, акведуков, театров и катакомб археологический музей с коллекцией мозаики II – III веков грот св. Петра, в котором апостол читал свои проповеди, неподалеку от грота крестовосцы в XII и XIII веках возвели церкви.

Анталья – считается жемчужиной турецкого побережья. В городе есть парусная гавань и старый город с римскими и османскими постройками. Практически все достопримечательности Анталы сосредоточены в старом городе, за крепостной стеной. В самом городе Анталия стоит осмотреть старый город с узкими улочками и базарчиками. Город Анталия был назван в честь его основателя Атталоса, царя Бергамы. Старая крепостная стена почти не разрушена, а минарет Иивли сохранился в первозданном виде. Ночью, когда город зажигает огни и открывает двери баров, ресторанов и дискотек, можно в полной мере насладиться высоким качеством пищи, сервиса и развлечений.

В Аспендосе – можно посмотреть знаменитый амфитеатр, наиболее хорошо сохранившийся в мире. Развалины римского акведука.

В Бурса – несколько мечетей в византийском, персидском и исламском стилях горячие серные источники гробницы первых османских султанов. Мечети Турции поражают своею красотой и сказочным богатством.

В Газиантеп – руины византийской крепости неподалеку от города холм, на котором находился центр поклонения богу Ваалу.

Измир – это древний город на побережье Эгейского моря, с богатой историей, архитектурными памятниками.

Кемер – недалеко от Кемера расположены останки античных городов Римской Империи Олимпоса и Фазелиса.

В Кайсери находится раскоп древнего города хеттов Канеш (3 тысячелетие до н.э.).

В Конья можно увидеть великолепные сады, несколько мечетей и монастырь секты «Малевия» (трясущихся дервишей). В монастыре находится гробница основателя секты поэта Джалал ад-Дина Мухаммада Дина ар-Руми.

Мармарис – останки крепости времен османской империи. Экскурсия в Дальян, по пути – грязевые лечебницы, где по приданию купалась Афродита. Ликийские гробницы.

Памуккале – город-мечта, который с полным правом можно назвать одним из «чудес света», благодаря белоснежным террасам Калкер. Воды горячих источников, содержащих окись кальция, падая с высоких уступов, создали причудливые окаменевшие ослепительно-белые каскады на скалистых террасах. Также можно посетить археологическую зону Иерополиса – «святого города», который находится в окрестностях Памуккале.

В Перге – руины огромного стадиона, театра и роскошной дороги, окруженной колоннами, времен римлян.

Сиде – это город пиратов и работоторговли – храм Аполлона, Агора, огромный амфитеатр и археологический музей. В двух шагах от города находится всемирно известный водопад Манавгат.

Стамбул, где находится большое количество памятников архитектуры, в том числе церковь св. Софии VI века (в XV веке была перестроена под мечеть, сейчас в здании находится музей), мечеть Баязеда II, мечеть Сулеймана I, дворцовый комплекс Топкапи Сераль, в котором расположен музей с коллекцией султанских драгоценностей, а также предметов, принадлежавших пророку Мухаммаду, дворец Долма Багген (XIX век), замок Едикюль, Галатская башня. Для того, чтобы бегло осмотреть все основные достопримечательности Стамбула, гостям потребуется минимум 2 – 3 дня.

В Трабзоне интересно посмотреть церковь Златоглавой Божьей Матери и церковь св. Евгения византийской архитектуры, обе церкви переделаны в мечети церковь св. Софии (XIII век), в которой расположен музей монастырь XIV века.

Город-легенда – Троя, битва за Трою была воспета Гомером в «Илиаде». На месте, указанном великим греческим поэтом, найдено более десяти поселений разных периодов, начиная с 3000 года до н.э.

Последний город, от которого сохранились улицы, храм Афины, театр, просуществовал с 1 века до н.э. по 500 год н.э.

Разделенная на 7 регионов, Турция значительную часть своей территории отвела под курорты, пансионаты, туристические центры. Туризм прино-

сит значительные прибыли, организованный и дисциплинированный, он превратился в целую индустрию развлечений. Приморская Турция славится горными и морскими пейзажами, следами древних цивилизаций.

Лучшие молодежные курорты Турции – это Кемер, Мармарис, Бодрум. Веселая и разнообразная жизнь молодежи здесь не прекращается ни на минуту. В то время как Анталия, Алания, Сиде – это курорты Турции для семейного отдыха и отдыха с детьми.

Анталия – это туристическая столица Средиземноморского побережья Турции. Туристов со всей Европы сюда привлекают чистейшие пляжи и теплое море, замечательные отели с отличным уровнем сервиса и развитой туристической инфраструктурой, а также богатое культурное наследие и уникальная природа данного региона. Белек – это престижный курорт Турции, расположенный между Анталией и Сиде. Белек известен своими протяженными широкими песчаными пляжами, отмеченными «голубым флагом» экологической чистоты. В районе Белека великолепные эвкалиптовые и сосновые леса, современные фешенебельные отели, лучшие в Турции поля для гольфа и теннисные корты.

Мармарис – это известный курорт Турции, раскинувшийся на берегу бухты, где сливаются Эгейское и Средиземное моря. Фешенебельные отели Мармариса, ласковое море, нежное солнце, тысячи развлечений сделали курорт фаворитом у многих туристов из Европы, а особенно у молодежи.

Сиде – это древнейший турецкий город, расположенный на живописном зеленом полуострове юго-восточного Анатолийского побережья с тихой бухтой. Туристов здесь ожидают теплая солнечная погода, чистое ласковое море, просторные песчаные пляжи, удивительные экскурсии в исторические места Турции.

Бодрум – это популярный турецкий курорт на элитном побережье Эгейского моря. Прозрачная морская вода, просторные и чистые песчаные пляжи, необыкновенно мягкий климат без изнурительной жары создали все условия для прекрасного отдыха в Бодруме. Роскошные белые яхты, совре-

менные отели, рестораны для гурманов, ночные клубы, самая большая дискотека в Европе «Галикарнас» с потрясающим лазерным шоу и отличнейший аквапарк – вот что ждет вас в Бодруме.

Кемер – это популярный курорт Анатолийского побережья, уютно расположенный между обрывистыми вершинами Торосских гор и чистейшими водами Средиземного моря. Сегодня Кемер превратился из обычной рыбацкой деревни в уютный красивый город и современный центр туризма с гаванью для яхт, элегантными барами, великолепными кафе, ресторанами, бесчисленными сувенирными лавками и комфортабельными отелями самых разных категорий.

Если говорить о Каппадокии, то этот регион является одним из самых популярных туристических областей Турции. Каппадокия (Cappadocia) – этим красивым, весёлым словом называется область в центральной части Турции, расположенная на Анатолийском плато. В переводе с персидского «каппадокия» означает «страна прекрасных лошадей» – быть может, когда-то прекрасные лошади действительно обитали там, но в настоящее время эта местность прославлена кое-чем другим. В результате извержений вулкана Эрджияс и последующих долгих эволюционных преобразований на территории Каппадокии возникли удивительные, ни с чем не сравнимые природные феномены – причудливые горы, скалы невероятных форм и окрасок, испещренные загадочными окошками и лабиринтами, долины, завораживающие своими внеземными видами, более похожими на лунные или марсианские ландшафты. История происхождения Каппадокии схожа с историей вулкана Карадаг на территории Крыма. Миллионы лет застывшая вулканическая лава различных составов подвергалась воздействию жары и холода, ветра и воды, которые и выточили из лавы и пепла уникальные скалы, столбы, дюны, пирамиды и другие творения, поражающие воображения всякого путешественника.

Древняя Каппадокия – это целая страна удивительных и нигде в мире неповторимых пейзажей, расположенная в центре Турции. Здесь три милли-

она лет назад в результате извержения вулканов, покрывшая поверхность лавы кардинально изменила пейзаж этой местности. На протяжении веков ветер, водяные потоки, резкие климатические перемены разрушали слои лавы, создав долины, расщелины, каньоны и холмы причудливых конусообразных форм. Целый лес 40-метровых грибов-скал, «камины фей» и знаменитая на весь мир Красная долина, каньон Ихлара и «лунная» долина, «город-голубятня» и множество других природных фантазий поражают воображения туристов. Не менее впечатляют и подземные города с действующими и ныне системами вентиляции и водоснабжения, высеченные прямо внутри скал прекрасно сохранившиеся церкви, которым без малого 2000 лет.

Благодаря миссионерской деятельности Святых Петра и Павла, живших и проповедовавших в то время на землях Анатолии, быстрое распространение получило христианство. И в III веке Каппадокия становится одним из основных центров христианства, и наибольшего расцвета достигает во времена Византийской империи. Главные достопримечательности Каппадокии объединены в национальный парк Гереме, охраняемый государством и занесенный Юнеско в список «Всемирного наследия человечества». Сюрреалистические пейзажи Каппадокии, раскинувшиеся на много километров вокруг, показывают безграничный творческий потенциал природы и являются одной из самых ярких достопримечательностей Турции.

Дидим является идеальным курортом для тех, кто любит водные виды спорта, ловлю рыбы, прыжки в воду, парусный спорт, походы, охоту, историю и природу.

Измир – отличное место для молодежного и семейного отдыха. Масса достопримечательностей, великолепные пляжи, горы, восточные базары и ярмарки, отличные отели на любой вкус.

Кушадасы – один из лучших курортов Турции. Золотистые песчаные пляжи и восхитительное бирюзовое море, прекрасные возможности для активного отдыха в течение 300 дней в году.

Мармарис славится своей природной красотой, горами, одетыми в сосновые рощи и фантастическую береговую линию, полную небольших уютных бухточек.

Паландокен – самый молодой горнолыжный курорт Турции, расположенный на востоке страны. Курорт очень демократичный в плане цен, и подходит как начинающим горнолыжникам, так и любителям экстремального катания.

Сарыкамыш – горнолыжный курорт Турции, пользующийся популярностью у начинающих горнолыжников и любителей семейного отдыха. Изумительная природа, стабильный снег, сосновый бор и кристально чистый воздух ежегодно привлекают сюда туристов из Европы и России.

Сиде – старинный приморский город, что находится на полуострове неподалеку от Анталии. Этот дорогой и престижный курорт дарит своим гостям умиротворение и тишину, возможности загорать на прекрасном пляже и наслаждаться морем, и другими развлечениями, а экскурсии проведут вас по следам Антония и Клеопатры, по местам славы Александра Великого.

Улудаг – идеальное место для молодежного и семейного отдыха. Несмотря на то, что здесь нет экстремальных горнолыжных трасс – уровень сервиса, и масса развлечений делают этот курорт привлекательным для туристов из многих стран.

Чешме – модный современный курорт, где к услугам отдыхающих комфортабельные отели, отличные рестораны и дискотеки, игровые салоны, спортивные площадки, магазины, бары, кафе.

Курорт Фетхие обладает замечательными возможностями для дайвинга, и водных видов спорта. Лагуна Олю Дениз известна на весь мир, а в здешних лесах растут серебристые ели, и другие уникальные деревья. Бурные горные речки, и расположенный неподалеку национальный парк поражают тех, кто хочет провести свой отдых в единении с природой. Фетхие – прекрасное место для экскурсий, здесь можно увидеть крепость Родоса, руины древнего города Телмессос, и много других интересных вещей. Любой ку-

рорт Турции, который вы выберете для отдыха, не заставит вас пожалеть о своем выборе! Турция – это страна с красивейшей природой, изумительным климатом, развитой инфраструктурой туризма, и множеством интересных исторических и архитектурных памятников.

Пятизвездочный отель, питание «все включено», аквапарки, бассейны, коктейли и прочая красота. Турция радует туристов высококлассным сервисом и разнообразием услуг. Но кроме этих прелестей в Турции есть море – и первоклассные, красивейшие пляжи, многие из которых совершенно не известны туристам.

1. Патара (Patara). Лучший пляж Турции неподалеку от небольшого курортного поселка Патара (Гелемиш). В этом году этот пляж признан лучшим классическим пляжем Европы. Полоса пляжа с превосходным белым песком тянется на 20 км. Отличное место для тех, кто любит уединение и низкие цены.

2. Олюдениз (Цъdeniz). Превосходный пляж в сочетании с развитой туристической инфраструктурой. Здесь можно найти и хороший отель, и рестораны на любой вкус. В переводе с турецкого название пляжа означает «мертвое море» (в смысле «очень спокойное»). Он расположен на берегу тихой гавани, со всех сторон окруженной горами. Гавань соединяется с морем узким каналом, благодаря чему даже во время сильного шторма прибрежные воды Олюдениза совершенно спокойны.

3. Олимпос (Olimpos). В отличие от подавляющего большинства первоклассных турецких пляжей, Олимпос до сих пор остается провинциальным тихим городком. Здесь можно найти подходящий отель, но ни магазинов, ни других признаков цивилизации гости уже не заметят.

4. Сиде (Side). Некогда уединенная деревушка в настоящее время превратилась в многолюдный и шумный курорт, излюбленный у самих турок. Но белоснежные песчаные пляжи не потеряли своей привлекательности, их по-прежнему хватает на всех.

5. Алания (Alanya) Шумный курортный город обладает прекрасным пляжем более 20 км длиной. Здесь найдется место и для любителей массовых развлечений, и для тех, кто ищет отдых в уединении. Лучший отрезок пляжа носит название «Пляж Клеопатры». Согласно источникам, египетская царица получила эти территории в дар от Марка Антония.

6. Изтузу (Iztuzu). Пляж из мельчайшего белого песка тянется на 5 км и является частью природного заповедника. Второе название пляжа – «Черепаший», – поскольку каждый год сюда приплывают морские черепахи. Изтузу представляет собой полуостров, с одной стороны омываемый морем, с другой – водами реки Дальян.

7. Бодрум (Bodrum). Город Бодрум расположен на полуострове между двумя морями – Эгейским и Средиземным. Лучшие пляжи расположены в небольших деревушках, в окрестностях Бодрума.

8. Кемер (Kemer). Название античного города Кемер встречается еще в «Илиаде» Гомера. Сегодня это большой курортный регион, включающий несколько городов: Бельдиби, Гейнюк, собственно Кемер, Кириш, Чамюва, Текирова и др. Вдоль всего побережья тянутся песчаные и галечные пляжи. Лучший песчаный пляж расположен в поселке Йорюк. Кемер, как и Анталия, отлично подходит в качестве базы для осмотра близлежащих территорий. Отсюда удобно добираться до Олимпоса, Фаселиса, Термессоса, Перге и других городов.

9. Памучак (Patıcak). Пятикилометровый пляж из темного песка отличается чистотой и отсутствием признаков туристической цивилизации. Гостям не предложат зонтики и шезлонги – только солнце, море и горячий песок. Полосу пляжа, как и тысячи лет тому назад, пересекает извилистая и древняя река Меандр – та самая, что дала название самому популярному древнегреческому орнаменту из завитков.

10. Чалыш (Zalis). Длинный пляж тянется на несколько километров вдоль побережья бухты Фетхие. Это место считается природным заповедником, поскольку сюда приплывают морские черепахи редкого вида «Каретта»

Каретта». Но уединенным этот пляж назвать нельзя – туристическая инфраструктура здесь достаточно развита, в высокий сезон отдыхающих много (в основном семейные пары).

В Турецкой Республике широкое распространение получили различные виды туризма. Безусловно, основной вид туризма в Турции – пляжный отдых. По количеству туристов страна является одним из мировых лидеров и безусловным авторитетом на Средиземноморье. Этот статус Турции удалось получить благодаря огромному количеству курортов мирового уровня, а также оптимальному сочетанию цены и качества. На побережье Эгейского моря пляжи от природы в основном галечные, на Средиземном встречаются разные. Нередко на галечные пляжи насыпают песок. Все пляжи чистые. Промышленные предприятия в курортной зоне отсутствуют. Медузы и акулы в здешних водах не наблюдаются. При этом курорты отнюдь не являются однообразными, в каждом есть своя изюминка. В Турции довольно популярен дайвинг. Кораллами здешние воды, к сожалению, обделены. В этом плане Турция проигрывает Египту. Но и здесь посмотреть есть на что. В первую очередь – это подводные пещеры. В Кемере также можно погрузиться к затонувшему французскому военному судну. Другими привлекательными местами для дайвинга являются Калкан, Мерсин.

В Турции сохранилось огромное множество исторических памятников, принадлежащих различным цивилизациям и культурам. Чего стоит только один из величайших городов мира – Стамбул. Весьма популярны экскурсии в природные феномены – Памуккале и Каппадокию. Для тех же, кто предпочитает надолго от пляжей не удаляться, найдутся достопримечательности и в окрестностях каждого курорта.

Безусловно, оздоровительный отдых – не самая популярная цель поездок в Турцию. Тем не менее, в стране находится несколько известных бальнеологических курортов. Особняком, естественно, стоит всемирно известный Памуккале. Местные источники не только создают потрясающие пейзажи, но и лечат заболевания сердечно-сосудистой системы, нервной системы, опор-

но-двигательного аппарата, почек и мочевыводящих путей, гинекологические заболевания и заболевания кожи.

На берегу Эгейского моря находится бальнеоклиматический курорт Чешме. Неподалеку от Стамбула, в весьма живописной местности, расположен бальнеологический курорт Ялова. Еще одним бальнеологическим курортом является один из крупнейших городов Турции – Бурса.

Безусловным центром экотуризма в Турции является Каппадокия. Здешние пейзажи, пещеры и подземные города не оставят путешественника равнодушным. Многие любители экотуризма отправляются целенаправленно именно сюда, минуя турецкие пляжи. Довольно популярно исследование на велосипедах.

Еще одним центром экотуризма в Турции является все тот же Памуккале. Из-за огромного количества туристов, желающих побродить по здешним местам, все чаще звучат намерения турков временно закрыть это чудо природы для посещений и дать ему пару лет «отдыха».

Весьма популярен в Турции рафтинг. Сплавами по горным рекам руководят опытные инструкторы. Довольно распространены джип-сафари. Как правило, туристам предлагают отправиться в путешествие по горным серпантинам к местам, нетронутым человеком.

Зимний отдых в Турции пока не так популярен, как на европейских курортах. Весьма молоды и сами местные курорты. Тем не менее, они вполне соответствуют мировым стандартам и являются более дешевыми. Благодаря этому их популярность с каждым годом растет.

Наилучшие шансы стать самым притягательным местом в Турции для любителей горнолыжного отдыха имеет Паландокен. Это самый молодой из горнолыжных курортов в стране, отлично оснащен. Находится на северо-востоке страны, в самом высоком горном массиве Турции – Армянском нагорье. Всего в 5 км от него расположен крупный город Эрзурум, располагающий собственным аэропортом. В этих же горах находится еще одно популярное место для любителей зимнего отдыха – Сарыкамыш.

Самый популярный горнолыжный курорт на западе Турции – Улудаг.

В приложении 3 представлен SWOT-анализ развития туризма в Турции, определяющий возможности и перспективы роста отрасли.

Турция обладает чрезвычайно благоприятным расположением и условиями для развития туризма. Такие природные достопримечательности, как пляжи и горы, культурные и исторические памятники, отражающие блеск Турецкой цивилизации, а также развитая инфраструктура, благодаря которой гости с легкостью открывают для себя все богатства страны благодатная почва для туристического бизнеса.

2.3. Оценка спроса на услуги туризма

Развитие туризма в Турции связано с различными факторами. Анализ туристских потоков свидетельствует, что количество посетивших Турцию иностранных туристов в 2016 году составило 25,35 млн. человек, что на 30,1% меньше, чем в 2015 году – это самое значительное падение данного показателя за последние годы. Это обусловлено политическими и социальными факторами. При этом число зарубежных туристов в последние три года было следующим:

- 2014 год – 36,8 млн. чел.;
- 2015 год – 36,2 млн. чел. (падение на 0,6 млн. чел.);
- 2016 год – 25,5 млн. чел. (падение на 10,7 млн. чел.).

Переходя от абсолютных к относительным величинам, получаем падение в 2015-м к 2014-му году на 1,6%, в 2016-м году к предыдущему – на 29,6%. Как свидетельствует официальная статистика министерства культуры и туризма Турции, в феврале страну посетило на 10,2% меньше зарубежных туристов, что стало самым ощутимым уровнем падения въездного турпотока за последние десять лет.

Больше всего иностранцев в 2016 году прибыло в страну из Германии (3,89 млн.), Грузии (2,21 млн.) и Великобритании (1,71 млн.). Из России в

Турцию приехали 866 тыс. туристов, что на 76,3% меньше показателя 2015 года (табл. 2.4). Больше всего туристы посещали Стамбул (9,22 млн. человек), Анталию (5,95 млн. человек), Эдирне (2,85 млн. человек).

В общей сложности за январь-февраль иностранный турпоток в Турцию сократился на 8,5%: страну посетили 2,4 млн. иностранных туристов. При этом количество туристов из Европы снизилось на 7,7%. Нисходящий тренд показали и такие важные для Турции рынки как Германия (-6,1%), Великобритания (-9,5%), Греция (-18,1%). В Великобритании бронирования по Турции сократились на 58%. Великобритания и Германия сохраняют рекомендации для своих граждан воздержаться по мере необходимости от посещения Стамбула. Падение показали и азиатские рынки. Так, за первые два месяца 2016 года снизилось количество туристов, прибывших в Турцию из Японии (-58,5%) и из Южной Кореи (-44%).

Таблица 2.4

Количество турпоездок граждан РФ за рубеж в 2016 году, тыс.

Страна	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Темп прироста 2016 г. к 2015 г.,%
Абхазия	3282	3824	4257	11,3
Финляндия	4283	3067	2894	-5,6
Казахстан	3330	3125	2850	-8,8
Украина	2558	1657	1804	8,8
Китай	1731	1284	1676	30,5
Эстония	1775	1477	1511	2,3
Польша	1608	1322	1104	-16,5
Германия	1435	1111	1057	-4,9
Таиланд	1250	675	86	28,4
Кипр	670	550	813	47,8
Турция	4216	3460	866	-77

Доходы Турции от туризма сократились в 2016 году на 29,7% по сравнению с 2015 годом. Туристическая отрасль Турции пережила серьезный кризис из-за террористической угрозы и ухудшения отношений с РФ. Чартерные авиаперевозки между Россией и Турцией были прерваны на девять месяцев из-за кризиса в отношениях двух стран после того, как в ноябре 2015 года турецкий истребитель сбил в Сирии российский бомбардировщик Су-

24. В связи с этим падение турпотока из РФ в Турцию в первые месяцы 2016 года превысило 90%.

Развитие туризма в Турецкой Республике также подвержено воздействию фактора сезонности (Приложение 4).

Весна (с апреля по июнь) и осень (с сентября по ноябрь) являются лучшими сезонами для посещения Турции. В это время на побережье Эгейского и Средиземного морей, а также в Стамбуле, погода восхитительна. В разгар лета на прибрежных курортах царит страшная жара – может быть стоит пользоваться примером местных жителей и устраивать сиесту в накат дневной жары. С конца октября до начала апреля пляжи практически закрываются. С мая по октябрь выпадает мало осадков, исключение составляет побережье Черного моря, но, начиная с середины июня, в некоторых районах появляется огромное количество moskitov. Восточную Турцию стоит посещать с конца июня по сентябрь, так как в холодные месяцы снег может замести дороги и ущелья

Турция – обширное государство, берега которого омывают сразу несколько морей: Черном, Средиземное, Эгейское и Мраморное. Поэтому туристические сезоны в Турции определяются отдельно для нескольких крупных регионов. В Турции принято выделять сразу несколько курортных побережий, где у каждого свои климатические особенности и свои понятия о высоком сезоне.

Сезон в регионе Мармара. Регион Мармара (или побережье Мраморного моря) – самый северный регион Турции. Здесь самые холодные в Турции зимы. Основной туристический сезон в Мармара наступает на неделю-две позже, чем в южных районах страны. Летом средняя температура на курортах Мармара составляет порядка 27 градусов. Во многом благодаря тому, что именно в Мармара располагается Стамбул и Чанаккале с руинами Трои, сезон путешествий здесь начинается обычно в марте и заканчивается в октябре. Пляжный сезон в Мармара ограничен тремя летними месяцами.

Сезон на Эгейском море в Турции. Эгейское побережье Турции – один из самых популярных регионов летнего отдыха в стране. Здесь располагаются такие курорты как Чешме, Мармарис, Кушадасы, Бодрум. Купальный сезон в Турции на Эгейском побережье начинается уже в апреле и заканчивается в октябре. Июль и август – традиционные пики летнего отдыха в Европе – для Эгейского побережья Турции оказываются не всегда комфортными из-за высокой жары (40С и выше). Тем не менее, июнь-август – это период самых высоких цен на проживание на курортах Эгейского побережья. Средняя стоимость аренды виллы в Кушадасах летом – порядка 2000 – 3000 долларов в месяц.

Сезон на Черном море в Турции. Черное море в Турции – это обширное побережье с несколькими известными курортами, такими как Трабзон и Синоп. Черное море в Турции менее популярно, чем запад и юг страны. Одна из причин – ливни, которые обычно случаются в конце июня и середине августа. Тем не менее, чтобы провести свой отпуск на Черном море в Турцию приезжают тысячи туристов. Основной сезон для Черного моря в Турции – июль-август, наиболее комфортные месяцы с температурной точки зрения. На эти же два месяца приходится и купальный сезон на Черном море в Турции. Средняя температура летом на Черноморском побережье Турции – 23 С.

Сезон на Средиземном море в Турции. Средиземноморское побережье Турции – самое южной и, пожалуй, самое популярное побережье в стране. Анталия, Сиде, Кемер, Белек – сегодня эти курорты стали фактически летними колониями для многих немцев, россиян и туристов из стран СНГ. Погода на Средиземноморском побережье Турции аналогична климату Эгейского побережья с его августовской сорокоградусной жарой. Средиземноморье для Турции – главным образом курортная зона, поэтому сезона путешествий с осмотром достопримечательностей, как в том же Регионе Мармара или в Центральной Турции здесь нет. Пик цен на проживание на Турецком Средиземноморье приходится на июль-август.

Для увеличения доходов от туризма, Турция старается не только подключать к его развитию новые регионы, но и продвигать различные виды туризма, увеличивая разнообразие предоставляемых услуг.

Во-первых, Турция развивает сегодня «конгрессный» туризм. Для этого в Стамбуле, Анталье и Измире были созданы центры, предназначенные для проведения конгрессов, конференций, симпозиумов и семинаров. Эти центры оборудованы современной техникой и располагают необходимой площадью для приема большого числа гостей.

Так, Стамбул вошел в список наиболее посещаемых туристами городов, ранжированных в соответствии с предоставленными исследовательской компанией Euromonitor (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Рейтинг туристической привлекательности городов

Место в рейтинге	Город	Страна	Число посещений города туристами, млн. чел. (по данным за 2015 г.)
1	Гонконг	КНР	26,69
2	Бангкок	Таиланд	18,73
3	Лондон	Великобритания	18,58
4	Сингапур	Сингапур	16,87
5	Париж	Франция	15,02
6	Макао	КНР	14,31
7	Дубай	ОАЭ	14,20
8	Стамбул	Турция	12,41
9	Нью-Йорк	США	12,30
10	Куала-Лумпур	Малайзия	12,15

Оздоровительный (термальный) туризм основывается на использовании термальных источников, которых в Турции насчитывается более 1000. В Турции действует свыше 200 термальных центров, большинство из которых расположено в районах Эгейского и Мраморного морей.

Религиозный туризм, развитие которого началось с 90-х годов, привлекателен тем, что в Турции получили распространение 3 мировые религии, и страна богата памятниками архитектуры и культуры, способными заинтересовать людей разных вероисповеданий.

Молодежный туризм также динамично развивается благодаря тому, что в стране много курортных зон, принадлежащих вузам. В молодежных лагерях по приемлемым ценам могут отдохнуть студенты из разных стран мира.

Получают развитие в Турции охотничий туризм, путешествия на яхте, «пещерный» туризм, посещение достопримечательностей вдоль маршрута проходившего по территории Анатолии Шелкового пути, подводное погружение, рафтинг, ботанический и орнитологический туризм.

Для продвижения всех этих видов услуг используется хорошо продуманная рекламная кампания. Для Турции, являющейся одной из самых конкурентоспособных туристических зон Средиземноморья, характерна интенсивная, яркая реклама. Согласно результатам исследований, эта страна в последнее время скорректировала свою рекламную стратегию. Высвободившиеся средства были направлены прежде всего на рекламу отелей, репутацию которых поднимали именно на уровне массового туризма.

В целом, делая вывод из всего сказанного выше, нельзя не признать успехов Турции в развитии индустрии туризма. На ее примере видно, как страна, обладающая великолепными рекреационными ресурсами, при продуманной и взвешенной политике государства, заинтересованного в увеличении доходов от этой части сферы услуг, может достичь значительных результатов. При этом, несмотря на климатические особенности разных регионов Турции, традиционным туристическим сезоном в этой стране считается период с апреля по ноябрь, а зимним видам туризма со стороны гостей уделено незначительное внимание.

Турция не останавливается на достигнутом, а старается приспособить свой сектор туризма к разнообразию спроса на рынке туристических услуг, гибко реагируя на изменение ситуации в мире. При условии сохранения курса проводимой сейчас политики в этой области и благоприятной ситуации в мире для развития международного туризма вообще и в Турции, в частности, индустрия туризма будет продолжать динамично развиваться и приносить турецкой экономике все больший доход.

3. Разработка и реализация мероприятий по нивелированию сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики

3.1. Описание и характеристика проекта по развитию горнолыжного туризма

Зимний отдых в Турции пока не так популярен, как на европейских курортах. Весьма молоды и сами местные курорты. Тем не менее, они вполне соответствуют мировым стандартам и являются более дешевыми: тут имеются лыжные трассы разного уровня сложности, отличные подъемники, фешенебельные отели в горах, с роскошным сервисом, стоящие в окружении прекрасной природы, и что самое главное – цены на такой отдых, ощутимо ниже, чем на раскрученных европейских горнолыжных курортах. Благодаря этому их популярность с каждым годом растет.

Для принятия решения о развитии горнолыжного туризма следует провести изучение имеющихся ресурсов в области горнолыжного туризма, который представлен широким спектром курортов, размещенными в разных частях Турции:

- Паландокен;
- Сарыкамыш;
- Улудаг;
- Эрджияс;
- Кайсери;
- Саклыкент;
- Карталкая;
- Давраз;
- Олимпос-Бейдаглары.

Наилучшие шансы стать самым притягательным местом в Турции для любителей горнолыжного отдыха имеет Паландокен. Это самый молодой из горнолыжных курортов в стране, отлично оснащен. Находится на северо-востоке страны, в самом высоком горном массиве Турции – Армянском наго-

рье. Всего в 5 км от него расположен крупный город Эрзурум, располагающий собственным аэропортом. Курорт отлично оснащен, стремительно набирает популярность и имеет хорошие перспективы развития. Горнолыжная зона находится на высоте 2150-3200 м. Трассы различной сложности. Общая протяженность – 30 км. На этом курорте наравне с подъемниками используют вертолеты. Снежный покров лежит семь месяцев в году, а его толщина достигает трех метров. Температура воздуха зимой – минус девять градусов. Зимний сезон открывается с ноября и заканчивается в мае, но для занятий лыжными видами спорта лучше всего приезжать с десятого декабря до десятого марта. Общая протяженность всех трасс – сорок километров. На территории этого курорта есть очень сложный и длинный спуск, его длина – двенадцать километров.



Рис. 3.1. Схема трасс горнолыжного курорта Паландокен

На курорте Паландокен множество трасс, подходящих и для скоростных спусков, и для лыжных кроссов. Есть две «черные трассы». Имеются спуски, на которых проходят соревнования по слалому. На курорте имеется четыре подъемника. Местные отели работают по системе «все включено». На курорте Паландокен туристов ждут развлекательные мероприятия, а также знакомство с национальными блюдами в ресторанах. Тут много спортивных клубов, саун, бассейнов, ночных клубов и дискотек. Также на этом турецком курорте имеются отличные возможности для шоппинга в дорогих бутиках, небольших магазинах, сувенирных лавках.

В этих же горах находится еще одно популярное место для любителей зимнего отдыха – Сарыкамыш. Это горнолыжный курорт на северо-востоке Турции, к востоку от Эрзурума. Трассы с пологими склонами. Снег в изобилии с октября по апрель. Горнолыжная зона на высоте 2170-2700 м. Общая протяженность трасс – 16300 м. Недостаток курорта – относительная удаленность от аэропортов. Ближайший находится в городе Карс, в 50 км от Сарыкамыша.

Это идеальное место для зимнего отдыха в семейном кругу. Этот турецкий курорт очень любят посещать новички и лыжники среднего уровня, благодаря пологим склонам и небольшим перепадам высот. Зимний сезон тут начинается с середины октября и завершается в апреле, но лучше всего отдыхать в середине декабря, когда толщина снежного покрова два метра. Его уровень поддерживается с помощью снежных установок. На курорте хорошо развита инфраструктура. Но выбор отелей довольно ограничен: тут две гостиницы категории «3*» и «5*». Хотя планируется строительство еще нескольких отелей, в самое ближайшее время. На курорте есть рестораны, бары, дискотеки и большой выбор экскурсий по историческим и культурным достопримечательностям. Перемещение отдыхающих на курорте горнолыжников между зонами катания осуществляется благодаря двум современным подъемникам: «Сарычам Телисиеж» и «Джибиль Телисиеж». Для детей тут

есть отдельные зоны катания, а в отелях их ждет очень насыщенная анимационная программа.

Улудаг – один из самых крупных горнолыжных курортов в стране, расположенный в сто семидесяти километрах от Стамбула и в тридцати пяти километрах от города Бурса. Улудаг – фешенебельный курорт, расположенный на Малом Олимпе, тем не менее уровень местных цен намного ниже, чем на горнолыжных курортах Италии, Австрии, Швейцарии и Франции. Высокий сезон тут тянется сто тридцать дней в году. Самым благоприятным периодом для отдыха считается время с середины декабря до двадцать второго марта. Толщина снежного покрова достигает трех метров.

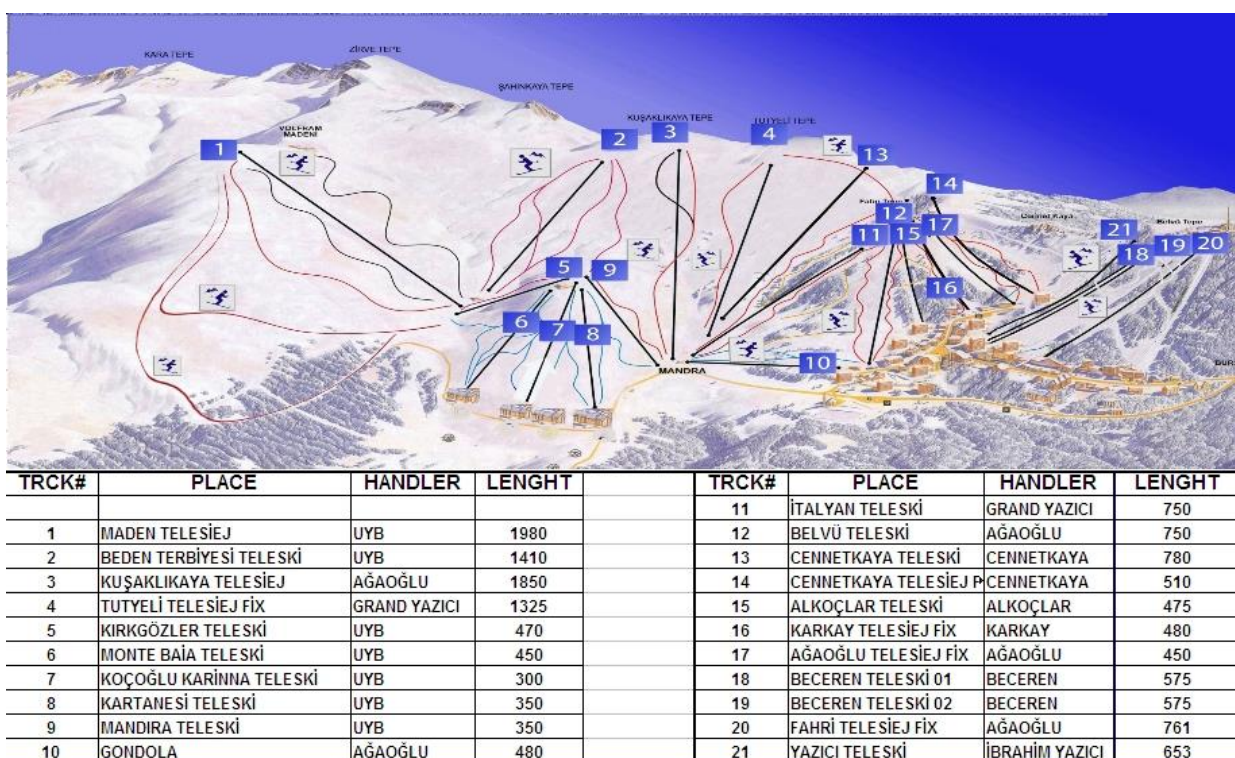


Рис. 3.2. Схема трасс и высот горнолыжного курорта Улудаг

Сезон длится 120 дней. В самом начале зимнего сезона тут идет мелкий и сухой снег, а к концу сезона – он переходит в мокрый. Очень приятная особенность отдыха на этом турецком курорте то, что у каждого отеля есть свой собственный подъемник, пользование которым входит в стоимость проживания в отеле. Гостям совершенно не обязательно быть привязанным к своему

отелю, если возникнет желание воспользоваться подъемником другого отеля, можно произвести оплату на нижней станции, заплатив за разовый подъем или приобрести абонемент на использование нескольких зон на территории Малого Олимпа. Все горнолыжные трассы Улудага идут по живописной лесной полосе, они широкие и хорошо ухоженные и располагаются на высотах от тысячи семьсот пятидесяти до двух тысяч пятьсот сорока трех метров. Горнолыжные трассы, в общей сложности тянутся на сорок три километра: семнадцать – «зеленых» спусков, двенадцать – «синих», восемь – «красных», шесть – «черных». Самая протяженная из этих трасс – три километра.

Эрджияс – горнолыжный курорт, расположенный в вулканических горах Эрджияс, в центральной Турции, на востоке Каппадокии. Ранее одноименный курорту вулкан залил окрестные территории лавой, а теперь служит во благо любителям зимнего отдыха. Сезон длится с ноября по апрель. Горнолыжная зона находится на высоте 2200-3100 м. Хорошо развита инфраструктура.

На карте международных зимних курортов Эрджияс появился совсем недавно, но уже завоевал массу симпатий как со стороны турецких спортсменов, так и гостей из-за рубежа. В скором времени на территории Эрджийе-са появится 21 новый отель, а общий размер инвестиций в развитие курорта составляет порядка 300 млн. евро. Это шаг обеспечит рабочими местами свыше 3000 человек и позволит еще больше укрепить позиции турецких горнолыжных центров в международном туризме.

Кайсери – крупный город и горнолыжный курорт в Каппадокии, в центральной Турции. Расположен в районе бывшего могучего вулкана Эрджияс. Является одним из наиболее многолюдных горнолыжных курортов Турции.

Саклыкент – небольшой горнолыжный курорт в 50 км к западу от Анталии, в горах Бейдаглары. Сезон здесь длится до апреля. В Анталии, которая находится всего в часе езды, в это время уже купаются. То есть, в этой местности весной можно прекрасно чередовать рассекание горнолыжных спусков с купанием в теплом море и загоранием на горячем песке. Горнолыжная зона

в Саклыкенте расположена на высоте 2000-2400 м. Трасс здесь всего две – легкая и средняя.

Карталкая – отличное место для зимнего отдыха, в трехсот пятнадцати километрах от Стамбула, расположенное в Национальном парке «Кероглу». Общая протяженность местных трасс – двадцать километров, разных уровней сложности, на высотах от тысячи восьмьсот до двух тысяч двести двадцати одного метра над уровнем моря. Горнолыжный сезон стартует в середине декабря и заканчивается в середине марта. Толщина снежного покрова Карталкая достигает трех метров. Местные трассы отлично подойдут и начинающим спортсменам, и профессионалам. Здесь масса возможностей для отдыха любителей-сноубордистов, спуски на курорте очень плавные. Отдых на этом курорте популярен и среди любителей биатлона и слалома. На Карталкае есть пункты по прокату лыж, сноубордов, снаряжения. При отелях имеются инструктора, обучающие новичков премудростям катания на горных лыжах. Курорт подразделяется на две зоны: «Картал» и «Дорук». В первой зоне есть два – кресельных, шесть – бугельных и три – детских подъемника, двенадцать трасс, общей протяженностью двадцать километров. Во второй зоне имеется восемь подъемников, одиннадцать лыжных трасс, профессиональный «Сноу-парк». На курорте неплохо развита туристическая инфраструктура: много ресторанов, кафе, кинотеатров, спортивных клубов, боулингов, столов для бильярда, настольного тенниса, интернет-кафе, центров детского досуга, магазинов, рынков, прокатов сноуборд и лыжей.

Турецкий горнолыжный курорт Давраз – расположен неподалеку от красивого средиземноморского города Испарт, в ста шестидесяти четырех километрах от морского курорта Анталья и в пятидесяти восьми километрах от ближайшего международного аэропорта. Давраз стоит в окружении трех чистейших горных озер Гольчюк, Ковада, Эырдыр. Наряду с горнолыжным отдыхом, тут можно совершать длительные прогулки по зимнему лесу. Здесь есть комфортабельные отели, работающие по системе «все включено», двухместный кресельный и бугельный подъемники, прокат горнолыжного оборудо-

дования, профессиональные инструкторы. Горнолыжный Давраз выбирают для отдыха семьи с детьми, новички и опытные лыжники-профессионалы – каждому тут найдется подходящая трасса. Трассы располагаются на высотах от тысячи шестьсот пятидесяти до двух с половиной тысяч метров над уровнем моря. В основном они имеют среднюю сложность. Здесь есть тренировочная трасса с лифтом для тех, кто хочет пройти курс обучения до посадки на подъемник. Новичков обучают опытные инструктора в отличных лыжных школах, имеющих прямой выход на тренировочный склон. Для любителей экстрима, есть две «черные трассы», повышенной сложности, общая протяженность которых три тысячи семьсот метров, а перепад высот – пятьсот пятьдесят метров. Кроме того, тут: четыре – «зеленые трассы» для начинающих, одна – «синяя трасса» для лыжников среднего уровня, две – «красные трассы», то есть сложные.

Олимпос-Бейдаглары – горнолыжный курорт Турции в национальном парке находится в живописном месте между горным хребтом Бейдаглары и Средиземным морем в 45 км от Анталы.

В целом в Турции есть множество достойных мест для зимнего отдыха и катания на лыжах. Есть тут и малоизвестные среди россиян горнолыжные курорты: Хасан, Зигана, Коп, а также только развивающиеся лыжные центры: на горе Арарат, Битлис, Элмадаг, Картепе, Тюркей-Хелиски. Плюс отдыха на турецких горнолыжных курортах, в отличие от европейских, то, что инструктора и обслуживающий персонал, в большинстве своем, владеют русским языком, почти все отели работают по системе «все включено», при отелях имеются увлекательные развлекательные программы для маленьких и взрослых путешественников, ну и конечно, невысокие цены, при великолепном обслуживании.

Так в качестве курорта выбран горнолыжный курорт Саклыкент (Saklıkent). Его выбор основан на том, что отдыхая в этом месте можно одновременно греться на теплом солнце Анталийского побережья и кататься на лыжах и сноубордах.



Рис. 3.3. Схема трасс горнолыжного курорта Саклыкент

Горнолыжный комплекс Саклыкент расположен на склоне горы Бакырлыдаг (2558 м), на территории горного массива Бейдаг в 50 км от центра Анталии и в 65 км от одноименного аэропорта.

Несмотря на свое расположение в субтропической зоне, в зимний период он обладает вполне подходящими условиями для лыжного отдыха. Лыжный сезон в Саклыкенте открывается в конце декабря и продолжается до конца марта – середины апреля.

В Саклыкенте разбиты две трассы среднего уровня сложности (верхние участки заявлены как «черные») общей протяженностью около 6 км. Работают два подъемника общей пропускной способностью около 1200 человек в час. Трассы лежат на высотах от 2000 до 2400 метров, а потому толщина снежного покрова может достигать до 1 метра. Впрочем, так как курорт рассматривается как своеобразное дополнение к пляжным районам Анталии, требования к снегу здесь соответствующие.

На территории горнолыжного комплекса Саклыкент действуют рестораны, отели, несколько десятков частных вилл и пансионатов, пункт проката

оборудования, лыжная школа и множество кафе. Также пункты проката, магазинчики лыжных принадлежностей и супермаркет предложат гостям полное разнообразие спортивного инвентаря.

Для гостей курорта работают подъемники и лыжная трасса «Саклыбель» (длина 1700 м, протяженность подъемников 745 м, высота последней станции 1950 м, пропускная способность 800 человек в час). Подъемники и трасса «Надир Гез» в большинстве своем предпочитают профессиональными лыжниками (длина подъемников здесь равна 900 метров, высота последней станции 2300 метров, имеется возможность приема около 600 человек в час). Она простирается до вершины горы Бакырлы и является «черной» лыжней, длина которой – 1600 метров.

Горнолыжный курорт Саклыкент создает впечатление настоящего городка, в центре которого находятся пансионаты и ресторан, а также 477 частных домов. Из-за столь необычного расположения курорта у туристов имеется возможность занятия одновременно зимними и летними видами спорта в течение одного дня.

Такое сочетание снежной зимы и знойного лета может предложить далеко не каждый курортный центр. Именно это и выделяет Саклыкент из череды похожих горнолыжных курортов и делает его по-настоящему исключительным.

Разработка мероприятий по сглаживанию сезонных колебаний на услуги туризма в Турецкой республике предусматривает формирование комплекса услуг.

Цель данного вида путешествий – нивелирование спроса на услуги туризма. Туры подобного рода проявляют высокую степень экономической эффективности по причине их длительной продолжительности, широкого спектра дополнительных услуг.

На первых этапах разрабатываемый туристский продукт будет предлагаться продолжительностью 8 дней / 7 ночей и 15 дней / 14 ночей.

Туристская поездка включает в себя перелет Москва – Анталия, Анта-

лия – Москва, размещение и питание, трансферт, страховку.

Особая роль при разработке и формировании тура отведена выбору поставщиков услуг.

Выбор поставщиков туристских услуг основан на их соответствии следующим критериям:

- опыт работы на рынке туристских услуг;
- конкурентные преимущества (цена услуг, комфортабельность, возможность сотрудничества на интересующие туроператора сроки и т.п.);
- имидж и известность.

В качестве перевозчика выбрана авиакомпания Turkish Airlines. Это национальная авиакомпания Турции, образованная в 1933 году, совершающая регулярные рейсы в 123 иностранных и 32 внутренних аэропорта в Европе, Азии, Африке и США. В последние годы признается лучшей авиакомпанией Европы.

Компания располагает современным самолетным парком и представлена следующими авиа судами – Boeing 737-700/800/900 ER, Boeing 777-300 ER, Airbus A319-132/100, Airbus A320-200, Airbus A321-200, Airbus A330-200/300, Airbus A340-300, Embraer E190.

В качестве базовых аэропортов Turkish Airlines в Турции выступают:

- аэропорт имени Ататюрка (IST, Стамбул);
- аэропорт имени Сабихи Гекчен (SAW, Стамбул);
- аэропорт Эсенбога (ESB, Анкара).

Также Turkish Airlines летает в следующие города – Анталия, Адана, Батман, Газиантеп, Денизли, Малатья, Самсун, Диярбакыр, Измир, Кайсери, Карс, Кахраманмараш, Конья, Лефкоша, Трабзон, Элязыг, Эрзинджан, Эрзурум. На выбор данной авиакомпании повлияло то, что она имеет широкую географию по РФ. Так, пункты назначения в России – Москва (аэропорты Внуково, Домодедово, Шереметьево), Санкт-Петербург, Уфа, Астрахань, Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Сочи, Ставрополь.

Пассажирам может быть предложено на борту самолетов три класса обслуживания: бизнес, комфорт и эконом.

1. Эконом предусматривает горячее питание на рейсах продолжительностью свыше часа. Предлагаются прохладительные напитки, чай, кофе во время полета. Спинки кресел откидываются на 15 см. Интерактивная система развлечений содержит 350 видеопрограмм и 600 музыкальных дисков.

2. Комфорт – особенности: ширина сидений – 49 см, спинки удобно откидываются на 22 см. Диагональ мониторов интерактивной системы развлечений – 27 см. Есть функция подключения Irod или IPad.

3. Бизнес – приветственные напитки в начале полета. Предлагаются блюда турецкой и интернациональной кухни, при этом подаются в фарфоровой, а не в пластиковой посуде, как в остальных классах. Кресла раскладываются в горизонтальное положение. Обладатели билетов бизнес-класса пользуются отдельными стойками регистрации в аэропорту, специальный зал ожидания с питанием.

Стандартный тур будет предусматривать эконом класс обслуживания при перелете. По желанию за дополнительную плату уровень обслуживания может быть изменен до бизнес или комфорт.

Среднее время перелета без пересадок: 3 часа 25 минут.

Трансфер туристов будет осуществляться в форме группового трансфера по маршруту аэропорт – отель или отель – аэропорт и подразумевает общий трансфер для всех туристов, отдыхающих в отелях одного и того же региона, прилетевших на одном рейсе. Таким образом, этот вид трансфера занимает наибольшее количество времени, так как предполагает сбор туристов из разных отелей одного региона. Трансфер осуществляется в сопровождении русскоговорящего гида, который дает общую информацию о стране и услугах компании, которые туристы могут приобрести.

Групповой трансфер по умолчанию входит в состав турпакета, также его можно выбрать из списка дополнительных услуг при расчете стоимости тура по «расчету нестандартного тура». Групповой трансфер не предполагает

провоз крупногабаритного багажа: велосипеды, доски для серфинга и т.п. Туристам с негабаритным багажом необходимо заказывать индивидуальный трансфер. В случае прибытия туристов в аэропорт прибытия с негабаритным багажом, принимающая компания оставляет за собой право взимать дополнительную плату за индивидуальный трансфер.

Также по запросу туристам может быть предложен индивидуальный трансфер или VIP-трансфер.

Индивидуальный трансфер осуществляется по маршруту аэропорт – отель, отель – аэропорт, отель – отель на отдельном автомобиле. Туристов доставляют в пункт назначения без дополнительных остановок. Данный вид трансфера предполагает максимально комфортное путешествие после перелета и очень подходит для семей с детьми. Тип машины предоставляется на усмотрение принимающей стороны.

VIP-трансфер – это индивидуальный трансфер, осуществляемый на автомобилях престижных марок по маршруту аэропорт – отель, отель – аэропорт. Марку автомобиля клиент может выбрать самостоятельно исходя из преискуранта.

Размещение туристов предполагается как в отелях различной категории, так и путем применения комплекса вилл.

«Sway hotels» 5* – располагает стильными интерьерами, разнообразным питанием, шикарным SPA-центром и уютными номерами. Достаточно длинные трассы с вечерним освещением. Отель рекомендуется для семейного отдыха, в том числе и с детьми, для которых имеется отдельная детская трасса и подъемник.

Построенный в 2011 году, общей площадью 60000 м², отель состоит из одного 5-этажного здания:

- 162 standard room (из них 2 номера для инвалидов, максимальная вместимость 3 человека, 32 м²);
- 14 однокомнатных deluxe room (гостиная зона и спальня, до 3 человек, 46 м²);

- 3 двухкомнатных junior suite (гостиная, спальня с дверью, максимум 3+1 человека, 63 м²);
- 2 трехкомнатных Presidential suite (гостиная, 2 спальни с дверью, 2 ванные: одна из них с ванной, другая с душем, максимум 6 человек, 130 м²);
- 32 номера connection.

В номере круглосуточная платная услуга «room service», отопление, уборка номеров осуществляется ежедневно, душ, телевизор, сейф, 3 раза в неделю производится смена белья, имеется фен, кондиционер, мини-бар (платно), телефон, ТВ – 1 русский канал.

Территория отеля включает 2 ресторана (1 а'ля карт), 6 баров, конференц-зал (до 400 персон), 1 бассейн крытый (переходящий в открытый), центр красоты, SPA-центр, услуги врача, прачечная, лифты, обслуживание номеров, бизнес-центр, Wi-Fi в лобби (платно), магазины, дискотека, прокат горнолыжного оборудования (центр проката оборудования для зимних видов спорта, а также аренда лыжной экипировки), лыжное хранилище, лыжная школа, парковка, SKI pass (платно), дискотека (вход бесплатно).

Отель располагает достаточной инфраструктурой для детей – 1 крытый бассейн, мини-клуб (возраст 4-12 лет), снежный парк (возраст 4-12 лет), услуги няни (платно), детское меню, в ресторане – детское кресло, детская площадка, игровая комната, развлекательные программы.

Гостям предлагаются различные платные услуги – курсы катания на лыжах, массаж, джакузи, бильярд, сауна, парная, турецкая баня, игровые автоматы.

Питание осуществляется по системе «все включено».

Отель «Renaissance resort» 5* – лучший выбор на курорте, подходит для всех возрастов, большой спа-центр, детский мини-клуб, работают горнолыжные инструктора. Отель расположен рядом с подъемниками.

Построен в 2000 году, общая площадь 39000 м², последняя реставрация сделана в 2010-м году.

Отель состоит из одного главного 10-этажного здания:

- 193 standard room (максимум 3 человека, 32 м²);
- 20 connection room (два стандартных номера соединены между собой дверью, максимум 6 человек, 64 м²);
- 17 однокомнатных corner room (большая комната с french bed и 2 twin bed, мягкая мебель, ванная комната с ванной, ТВ, макс. 2+2 чел., 36 м²);
- 4 двухуровневых duplex suite (расположены под крышей, на первом уровне – гостиная с мягкой мебелью, маленькая кухня, комната для переодевания, ванная комната с душем, на втором уровне – 2 спальни с дверью, ванная комната с ванной, 2 ТВ, максимум 4 человека, 220 м²).

Отель «Ski lodge» 4*расположен у лучших горных спусков Европы. Горы, которые 5 месяцев в году покрыты снегом, оснащены широким выбором длиннейших горнолыжных спусков в Турции.

Сочетание захватывающего горнолыжного спорта с прекрасными видами на горы, сделает этот отпуск головокружительным. Отель предлагает гостям уютную атмосферу, интересные мероприятия в конце дня, прекрасный вид и свежий горный воздух. Он идеально подойдет тем, кто ищет спокойствие и обожает природу. В отеле имеется номер с выходом в патио, камин в холле, общее число номеров – 66, круглосуточная работа стойки регистрации, помещения для некурящих, номер с террасой, номер с видом на сад, лифт, многоязычный персонал.

Каждый номер в своем оснащении имеет спутниковое телевидение, письменный стол, телефон, сейф, мини-бар, фен, ванная комната с ванной, полотенцесушитель в ванной комнате, купальный халат.

На территории отеля организуется обслуживание мероприятий, имеется кафетерий, кафе, рестораны, оборудование для стирки, услуги по проведению бракосочетаний, помещение для хранения лыж, служба технической поддержки, услуги химчистки и прачечной, обслуживание номеров, Wi-Fi, бесплатная открытая парковка.

Комплекс вилл «Gorge Club» оформлен в стиле коттеджей. К услугам гостей бесплатный Wi-Fi и живописные виды на горы.

Страхование туристов будет осуществляться компанией ERV, которая входит в состав крупнейшей международной группы по туристическому страхованию «European Travel Insurance», основанную транснациональными страховыми холдингами «Generali» и «Munich Re Group», и организовано по системе «Полное покрытие (Турция)», включающее страхование медицинских расходов (40000 \$) и юридическую (правовую) помощь (1000 \$).

Страховой полис для выезжающих за рубеж начинает действовать после пересечения границы. Его невозможно оформить, если турист уже находится за рубежом. По программе «Отмена поездки» полис начинает действовать с 00:00 следующего дня.

Своевременное страхование путешественников позволит чувствовать себя защищенно на территории другого государства. Страховка туристов, путешествующих за рубежом, покрывает ряд расходов, в зависимости от выбранной программы страхования:

- амбулаторное и стационарное лечение;
- медицинская транспортировка и эвакуация;
- порча, кража или утрата багажа;
- убытки, причиненные путешественнику в связи с отменой или прерыванием поездки;
- ущерб, нанесенный жизни, здоровью, имуществу третьих лиц в результате неумышленных и непреднамеренных действий во время поездки.

Также на территории горнолыжного курорта осуществляется предоставление дополнительных услуг и продажа дополнительных товаров для отдыхающих, а именно продажа сезонных карт, билеты на подъемники, уроки лыж и сноуборда, аренда инвентаря и экипировки.

Принятие решения об осуществлении мероприятий основано на прогнозе доходов и экономическом обосновании затрат при разработке и реализации проекта.

3.2. Экономическое обоснование проектных мероприятий

При формировании стоимости туристского продукта и реализации проекта необходимо провести учёт затрат на предлагаемый тур.

Реализация туристского продукта может быть основана на взаимодействии с крупными туроператорами, работающими на территории, как Российской Федерации, так и Турецкой Республики (TezTour, Pegas Touristik, Coral Travel).

В соответствии с тарифной политикой принимающей стороны следует учесть расходы на перелет, трансферт, проживание и питание, страхование.

В качестве потенциальных потребителей предоставляемых курортом услуг можно рассматривать экономически активное население Российской Федерации молодежного и среднего возраста.

При создании имиджа престижного (элитного) горнолыжного курорта необходимо поддерживать цены на относительно высоком уровне, но на уже существующие услуги цена не должна быть выше, чем у конкурентов.

Ценовая политика курорта должна строиться по принципу «высокая цена – высокое качество», а для максимального использования возможностей горнолыжного курорта следует рассмотреть возможность введения скидок на покупку услуг постоянным (корпоративным клиентам), льготного времени, объёмных скидок и клубных карт.

В силу того, что в стандартный пакет услуг будет входить перелет уровня эконом-класса (16,00 тыс. рублей) и групповой трансферт (4,50 тыс. рублей), то изменение конечной цены реализации будет зависеть от количества дней пребывания и выбранного средства размещения.

В стоимость реализации горнолыжного тура включены расходы, возникающие при осуществлении поездки, а также обусловленные колебаниями валютных курсов в размере 15%. При этом планируемая величина прибыли определена в размере 35%.

Таблицы 3.1 – 3.4 отражают расчет себестоимости и цены реализации горнолыжного тура на человека.

Таблица 3.1

Расчет стоимости реализации горнолыжного тура на человека
при размещении в отеле «Sway hotels» 5*

Название статьи	Стоимость, тыс. руб.	Тур на 8 дней / 7 ночей	Тур на 15 дней / 14 ночей
Перелет а/к Turkish Airlines Москва – Анталия, Анталия – Москва	16,00	16,00	16,00
Проживание в отеле «Sway hotels» 5* (110\$ в сутки за номер)	3,30	23,10	46,20
Страхование (2\$ в сутки с человека)	0,12	0,84	1,68
Трансферт Анталия – Саклыкент, Саклыкент – Анталия	4,50	4,50	4,50
Себестоимость тура		28,44	52,38
Стоимость с учетом накладных расходов (15%)		32,71	60,24
Стоимость путевки с учетом прибыли (35%)		44,15	81,32

Расчет стоимости реализации горнолыжного тура продолжительностью 8 дней / 7 ночей при размещении в отеле «Sway hotels» 5* позволил определить его стоимость на человека, которая составит 44,15 тыс. рублей. Тур на 15 дней / 14 ночей – 81,32 тыс. рублей.

Таблица 3.2

Расчет стоимости реализации горнолыжного тура на человека
при размещении в отеле «Renaissance resort» 5*

Название статьи	Стоимость, тыс. руб.	Тур на 8 дней / 7 ночей	Тур на 15 дней / 14 ночей
Перелет а/к Turkish Airlines Москва – Анталия, Анталия – Москва	16,00	16,00	16,00
Проживание в отеле «Renaissance resort» 5* (95\$ в сутки за номер)	2,85	19,95	39,90
Страхование (2\$ в сутки с человека)	0,12	0,84	1,68
Трансферт Анталия – Саклыкент, Саклыкент – Анталия	4,50	4,50	4,50
Себестоимость тура		25,29	46,08
Стоимость с учетом накладных расходов (15%)		29,08	52,99
Стоимость путевки с учетом прибыли (35%)		39,26	71,54

При размещении в отеле «Renaissance resort» 5* стоимость путевки с учетом прибыли в зависимости от количества дней:

- 8 дней / 7 ночей – 39,26 тыс. рублей;
- 15 дней / 14 ночей – 71,54 тыс. рублей.

Таблица 3.3

Расчет стоимости реализации горнолыжного тура на человека
при размещении в отеле «Ski lodge» 4*

Название статьи	Стоимость, тыс. руб.	Тур на 8 дней / 7 ночей	Тур на 15 дней / 14 ночей
Перелет а/к Turkish Airlines Москва – Анталия, Анталия – Москва	16,00	16,00	16,00
Проживание в отеле «Ski lodge» 4* (80\$ в сутки за номер)	2,40	16,80	33,60
Страхование (2\$ в сутки с человека)	0,12	0,84	1,68
Трансферт Анталия – Саклыкент, Саклыкент – Анталия	4,50	4,50	4,50
Себестоимость тура		22,14	39,78
Стоимость с учетом накладных расходов (15%)		25,46	45,75
Стоимость путевки с учетом прибыли (35%)		34,37	61,76

При размещении в отеле «Ski lodge» 4* дифференциация стоимости будет следующей:

- 8 дней / 7 ночей – 34,37 тыс. рублей;
- 15 дней / 14 ночей – 61,76 тыс. рублей.

Таблица 3.4

Расчет стоимости реализации горнолыжного тура на человека
при размещении в вилле

Название статьи	Стоимость, тыс. руб.	Тур на 8 дней / 7 ночей	Тур на 15 дней / 14 ночей
Перелет а/к Turkish Airlines Москва – Анталия, Анталия – Москва	16,00	16,00	16,00
Проживание в вилле (70\$ в сутки за номер)	2,10	14,70	29,40
Страхование (2\$ в сутки с человека)	0,12	0,84	1,68
Трансферт Анталия – Саклыкент, Саклыкент – Анталия	4,50	4,50	4,50
Себестоимость тура		20,04	35,58
Стоимость с учетом накладных расходов (15%)		23,05	40,92
Стоимость путевки с учетом прибыли (35%)		31,11	55,24

Минимальная стоимость возможна при размещении в вилле:

- 8 дней / 7 ночей – 31,11 тыс. рублей;
- 15 дней / 14 ночей – 55,24 тыс. рублей.

При этом в качестве дополнительных услуг, не включенных в пакет, выступают продажа карт на подъемники, индивидуальные уроки на лыжах и сноубордах, аренда инвентаря.

Так, стоимость на зимний сезон следующая:

- сезонная карта – 13600 рублей;
- карта на один день – 1190 рублей;
- карта на 10 подъемов – 1190 рублей;
- карта на 5 подъемов – 595 рублей;
- для начинающих подъемник – 595 рублей;
- билет на подъемник (взрослые) – 255 рублей;
- билет на подъемник (учащиеся) – 170 рублей.

Стоимость уроков (длительность урока составляет 50 минут) на лыжах и сноуборде:

- 1 человек – 2720 рублей;
- 2 человека – 4080 рублей;
- 3 человека – 5780 рублей;
- 4 человека – 6800 рублей;
- группа от 5-ти человек на 1-го человека – 1530 рублей;

Стоимость аренды инвентаря и экипировки:

- лыжный комплект (ботинки, лыжи, палки) – 1275 рублей;
- сноуборд комплект (ботинки, доска) – 1275 рублей;
- доска – 765 рублей;
- лыжи – 765 рублей;
- ботинки – 680 рублей;
- палки – 170 рублей;
- куртка – 340 рублей;
- штаны (комбинезон) – 340 рублей;

- каска – 340 рублей;
- очки – 255 рублей.

Деятельность курорта будет осуществляться в период с 25 ноября по 25 марта, что составит около 120 рабочих дней или 17 недель.

При использовании модели самолета Airbus A320-200, максимальная вместимость которого составляет 330 человек, можно рассчитать ожидаемый объем реализации путевок и общую сумму выручки.

На первых этапах планируется организация одного вылета в неделю 300 человек.

Предполагается, что предпочтения туристов по проживанию в каждом из отелей распределятся следующим образом:

- «Sway hotels» 5* – 15,00%;
- «Renaissance resort» 5* – 20,00%;
- «Ski lodge» 4* – 30,00%;
- вилла – 35,00%.

В таблице 3.5 приведен расчет выручки от реализации горнолыжных туров в Турцию в неделю.

Таблица 3.5

Выручка от реализации горнолыжных туров в неделю

Название статьи	Доля туристов от общего числа, %	Количество туристов, чел.	Выручка реализации, тыс. руб.
Проживание в отеле «Sway hotels» 5*	15,00	45,00	1986,89
Проживание в отеле «Renaissance resort» 5*	20,00	60,00	2355,76
Проживание в отеле «Ski lodge» 4*	30,00	90,00	3093,51
Проживание в вилле	35,00	105,00	3266,77
Итого	100,00	300,00	10702,94

Таким образом, еженедельная выручка от реализации горнолыжных туров в Турецкую Республику в неделю обеспечит получение 10702,94 тыс. рублей, за сезон – 181949,90 тыс. рублей.

Таблица 3.6 отражает результаты расчетов себестоимости реализации горнолыжных туров, обусловленную различными условиями размещения.

Себестоимость разрабатываемых горнолыжных туров в неделю

Название статьи	Доля туристов от общего числа, %	Количество туристов, чел.	Себестоимость, тыс. руб.
Проживание в отеле «Sway hotels» 5*	15,00	45,00	1279,8
Проживание в отеле «Renaissance resort» 5*	20,00	60,00	1517,4
Проживание в отеле «Ski lodge» 4*	30,00	90,00	1992,6
Проживание в вилле	35,00	105,00	2104,2
Итого	100,00	300,00	6894,00

В целом при реализации проекта затраты составят 6894,00 тыс. рублей в неделю, за сезон – 117198,00 тыс. рублей.

Полученный доход возможен в размере 3808,94 тыс. рублей в неделю или 64751,90 тыс. рублей за сезон.

В перспективе запланировано увеличение объемов реализации на 12%, а, следовательно, прибыль составит:

- 2 год – 72522,12 тыс. рублей;
- 3 год – 81224,78 тыс. рублей;
- 4 год – 90971,75 тыс. рублей;
- 5 год – 101888,36 тыс. рублей.

В силу того, что в пакет не включены дополнительные услуги (продажа карт на подъемники, индивидуальные уроки на лыжах и сноубордах, аренда инвентаря), может быть получен доход в размере 11,05 тыс. рублей с человека. Это возможно при условии приобретения карты на подъемники (1190 рублей на один день) и получения индивидуального урока (2720 рублей). В целом доход составит 3315,00 тыс. рублей в неделю, за сезон – 56355,00 тыс. рублей.

Рост объемов реализации дополнительных услуг на 8%, обеспечит получение прибыли в размере:

- 2 год – 60863,40 тыс. рублей;
- 3 год – 65732,47 тыс. рублей;
- 4 год – 70991,07 тыс. рублей;

- 5 год – 76670,36 тыс. рублей.

Проведенные расчеты свидетельствуют о получении прибыли при реализации горнолыжных туров и дополнительных услуг:

- 1 год – 121106,90 тыс. рублей;
- 2 год – 133385,52 тыс. рублей;
- 3 год – 146957,25 тыс. рублей;
- 4 год – 161962,82 тыс. рублей;
- 5 год – 178558,72 тыс. рублей.

Таким образом, разработка и реализация мероприятий по нивелированию сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики на основе развития горнолыжного туризма обеспечит как получение прибыли, так и рост налоговых платежей в результате увеличения потока туристов, и, как следствие, развитие территории.

Заключение

Поток туристов в течение календарного года не может быть равномерным, он подвержен сезонным колебаниям. Изучение сезонности в туризме позволяет определить степень влияния природно-климатических условий на формирование тур потока, установить продолжительность туристского сезона, раскрыть факторы, обуславливающие сезонность в туризме. Оперирова этой информацией можно разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов, определить экономические последствия сезонности на уровне региона и туристской фирмы.

Турция – уникальный туристический рай, где прекрасно сочетаются история, культура, великолепные природные красоты с самыми современными возможностями индустрии туризма. Зеленые леса, заснеженные горы, пригодные для горнолыжного спорта, чистые моря, пляжи, термальные источники, гостеприимные люди и неповторимая кухня – всем этим славится Турция. Популярность турецких курортов увеличивается год от года, что стимулирует их дальнейшее развитие. Тут постоянно открываются новые отели и рестораны, строятся горнолыжные трассы и подъемники.

Однако для Турции характерно преобладание пляжного вида туризма с апреля до начала октября.

Горнолыжные курорты Турции хотя и известны во всем мире, но не получили широкого развития. Тем не менее, здесь ежегодно отдыхают любители горных лыж из разных стран, и на склонах турецких гор ежегодно открываются новые трассы – как для начинающих лыжников, так и для профессионалов этого спорта.

В отелях, расположенных на территории курортов, предлагается широкий набор услуг для разнообразного зимнего отдыха. Как правило, толщина снежного покрова на лесных и горных массивах в зимний сезон достигает трех метров. Это очень благоприятно сказывается на организации зимних видов спорта и проведении лыжных туров.

Принятие решения о сглаживании сезонных колебаний на основе развития горнолыжного туризма связано с изучением имеющихся ресурсов в области горнолыжного туризма. Они представлены широким спектром курортов, размещенными в разных частях Турции – Паландокен, Сарыкамыш, Улудаг, Эрджияс, Кайсери, Саклыкент, Карталкая, Давраз, Олимпос-Бейдаглары.

В качестве курорта выбран горнолыжный курорт Саклыкент (Saklikent), так как, отдыхая в этом месте, можно одновременно греться на теплом солнце Анталийского побережья и кататься на лыжах и сноубордах.

Цель данного вида путешествий – нивелирование спроса на услуги туризма. Туры подобного рода проявляют высокую степень экономической эффективности по причине их длительной продолжительности, широкого спектра дополнительных услуг.

На первых этапах разрабатываемый туристский продукт будет предлагаться продолжительностью 8 дней / 7 ночей и 15 дней / 14 ночей.

Туристская поездка включает в себя перелет Москва – Анталия и Анталия – Москва, размещение и питание, трансферт, страховку.

В качестве перевозчика выбрана авиакомпания Turkish Airlines, так как компания располагает современным самолетным парком и представлена судами Boeing и Airbus. Также авиакомпания имеет широкую географию по РФ (Москва (аэропорты Внуково, Домодедово, Шереметьево), Санкт-Петербург, Уфа, Астрахань, Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Сочи, Ставрополь). Пассажирам может быть предложено три класса обслуживания: бизнес, комфорт и эконом.

Среднее время перелета без пересадок составит 3 часа 25 минут.

Трансфер туристов будет осуществляться в форме группового трансфера по маршруту аэропорт – отель или отель – аэропорт.

Размещение туристов предполагается как в отелях различной категории «Sway hotels» 5*, «Renaissance resort» 5*, «Ski lodge» 4*, так и путем применения комплекса вилл.

Страхование туристов будет организовано по системе «Полное покрытие (Турция)», включающее страхование медицинских расходов и юридическую помощь.

В силу того, что в стандартный пакет услуг включен перелет уровня эконом-класса (16,00 тыс. рублей) и групповой трансферт (4,50 тыс. рублей), то изменение конечной цены реализации зависит от количества дней пребывания и выбранного средства размещения.

Так, стоимость тура будет следующей:

- при размещении в отеле «Sway hotels» 5* – 44,15 тыс. рублей на 8 дней / 7 ночей и 81,32 тыс. рублей на 15 дней / 14 ночей;
- при размещении в отеле «Renaissance resort» 5* – 39,26 тыс. рублей на 8 дней / 7 ночей и 71,54 тыс. рублей на 15 дней / 14 ночей;
- при размещении в отеле «Ski lodge» 4* – 34,37 тыс. рублей на 8 дней / 7 ночей и 61,76 тыс. рублей на 15 дней / 14 ночей;
- при размещении в вилле – 31,11 тыс. рублей на 8 дней / 7 ночей и 55,24 тыс. рублей на 15 дней / 14 ночей.

В стоимость реализации горнолыжного тура включены расходы, возникающие при осуществлении поездки, а также обусловленные колебаниями валютных курсов в размере 15%. При этом планируемая величина прибыли определена в размере 35%.

Деятельность курорта будет осуществляться в период с 25 ноября по 25 марта, что составит около 120 рабочих дней или 17 недель. При использовании модели самолета Airbus A320-200, максимальная вместимость которого составляет 330 человек, рассчитан ожидаемый объем реализации путевок и общая сумма выручки.

При организации одного вылета в неделю 300 человек предпочтения туристов по проживанию в каждом из отелей распределятся следующим образом:

- «Sway hotels» 5* – 15,00%;
- «Renaissance resort» 5* – 20,00%;

- «Ski lodge» 4* – 30,00%;
- вилла – 35,00%.

Еженедельная выручка от реализации горнолыжных туров в Турецкую Республику обеспечит получение 10702,94 тыс. рублей, за сезон – 181949,90 тыс. рублей. Себестоимость реализации соответственно составит 6894,00 тыс. рублей в неделю, за сезон – 117198,00 тыс. рублей.

Полученный доход возможен в размере 3808,94 тыс. рублей в неделю или 64751,90 тыс. рублей за сезон.

В перспективе запланировано увеличение объемов реализации на 12%.

Так как в туристский пакет не включены дополнительные услуги (продажа карт на подъемники, индивидуальные уроки на лыжах и сноубордах, аренда инвентаря), то может быть получен доход в размере 11,05 тыс. рублей с человека. Это возможно при условии приобретения карты на подъемники (1190 рублей на один день) и получения индивидуального урока (2720 рублей). В целом доход составит 3315,00 тыс. рублей в неделю, за сезон – 56355,00 тыс. рублей.

Рост объемов реализации дополнительных услуг запланирован на 8%.

Проведенные расчеты свидетельствуют о получении прибыли при реализации горнолыжных туров и дополнительных услуг.

В целом разработанные мероприятия обеспечат сглаживание сезонных колебаний спроса на услуги туризма Турецкой Республики.

Список использованных источников

1. Александрова, А. Ю. География туризма [Текст] / А. Ю. Александрова. – М. : КНОРУС, 2015. – 592 с.
2. Александрова, А. Ю. Международный туризм [Текст] : учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 145 с.
3. Андреев, А. В. Основы региональной экономики [Текст] : учеб. пособие / А. В. Андреев, Л. М. Борисова. – М. : КНОРУС, 2012. – 336 с.
4. Артемова, Е. Н. Основы гостеприимства и туризма. Фактор сезонности в туризме [Текст] учеб. пособие / Е. Н. Артемова, В. А. Козлова. – М. : Юстицинформ, 2015. – 384 с.
5. Аспарин, А. С. Платные услуги населению в сфере туризма в системе макроэкономических показателей [Текст] / А. С. Аспарин, Л. С. Мымрикова, Б. Т. Рябушкин // Вопросы статистики. – 2015. – №4. – С. 19 – 27.
6. Балабанов, И. Т. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : КНОРУС, 2013. – 307 с.
7. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб. пособие / М. Б. Биржаков. – СПб. : «Невский фонд», 2012. – 304 с.
8. Богатство Турции прирастает туризмом [Текст] // Туризм : практика, проблемы, перспективы. – 2014. – №8. – С. 73.
9. Боголюбов, В. С. Экономика туризма : учеб. пособие [Текст] / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 192 с.
10. Быстров, С. А. Туризм : макроэкономика и микроэкономика [Текст] / С. А. Быстров, М. Г. Воронцов. – СПб. : Герда, 2012. – 464 с.
11. Веткин, В. А. Технология создания туристского продукта [Текст] : учеб. пособие / В. А. Веткин. – М. : MapT, 2013. – 224 с.
12. Внутренние факторы, влияющие на развитие туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.tourfaq.net/travel_business/travel-marketing/11-vnutrennie-factory-vlijajushhie-na.html.

13. Волков, Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес [Текст] : учебник / Ю. Ф. Волков. – М. : Феникс, 2014. – 637 с.
14. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневых измерениях [Текст] / М. Гельвановский // РЭЖ. – 2015. – №3. – С. 68 – 80.
15. Голубков, В. Л. Туроперейтинг [Текст] : учебник / В. Л. Голубева, А. С. Кусков. – М. : Форум, 2013. – 400 с.
16. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики [Текст] : учебник / А. Г. Гранберг. – М. : ГУ ВШЭ, 2013. – 495 с.
17. Грачева, О. Ю. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта [Текст] : учебник / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина. – М. : Издательский дом «Дашков и К», 2014. – 276 с.
18. Гуляев, В. Г. Организация туристических перевозок [Текст] : учеб. пособие / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 512 с.
19. Гуляев, В. Г. Туризм : экономика и социальное развитие [Текст] / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 304 с.
20. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка [Текст] / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. – М. : ЮНИТИ, 2014. – 311 с.
21. Долженко, Г. П. Основы туризма [Текст] : учеб. пособие / Г. П. Долженко. – М. : МарТ, 2014. – 320 с.
22. Дыжина, Н. Н. География туризма [Текст] / Н. Н. Дыжина. – М. : Дашков и К, 2015. – 256 с.
23. Ефремова, М. В. Основы технологии туристского бизнеса [Текст] / М. В. Ефремова. – М. : Изд-во Ось-89, 2016. – 152 с.
24. Завьялов, П. П. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран [Текст] / П. П. Завьялов // Маркетинг. – 2015. – №2. – С. 20 – 32.
25. Здоров, А. Б. Экономика туризма [Текст] : учебник / А. Б. Здоров. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 272 с.

26. Зорин, И. В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности [Текст] : учеб. пособие / И. В. Зорин, А. В. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 132 с.

27. Игнатъев, А. В. Теоретико-методологические основы стратегического управления туристическим бизнесом в современной экономике [Текст] / А. В. Игнатъев // Инновации и инвестиции. – 2015. – №1. – С. 67 – 69.

28. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг. Стратегия обслуживания [Текст] / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 244 с.

29. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг : организация деятельности [Текст] / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 240 с.

30. Исаев, Н. И. Методический инструментарий для оценки объёмных, временных и географических международных туристских прибытий в Российскую Федерацию [Текст] / Н. И. Исаев, А. К. Капустин, В. И. Моторин, С. Н. Смирнов // Вопросы статистики. – 2016. – №4. – С. 27 – 33.

31. Калашников, И. В. Общие договорные принципы организации туров [Текст] / И. В. Калашников // Турифо. – 2015. – №13. – С. 14 – 18.

32. Калашников, И. В. Туристические перевозки [Текст] / И. В. Калашников // Турифо. – 2016. – №7. – С. 8 – 12.

33. Квартальнов, В. А. Туризм как сектор экономики [Электронный ресурс] / В. А. Квартальнов. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.html

34. Колотова, Е. В. Рекреационное ресурсоведение [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Колотова. – М. : КНОРУС, 2014. – 322 с.

35. Кравченко, А. И. История менеджмента : учеб. пособие [Текст] / А. И. Кравченко. – М. : Академический проект : Трикста, 2013. – 560 с.

36. Кружалин, В. И. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития [Текст] / В. И. Кружалин. – М. : Советский Спорт, 2016. – 430 с.

37. Кучеров, Д. Приручая сезонные запросы... [Электронный ресурс] / Д. Кучеров. – Режим доступа : <http://www.seonews.ru/article/.publication/596/>

38. Лаврова, Т. А. Туристская индустрия и ее значение в отраслевой

структуре экономики России [Текст] / Т. А. Лаврова // Вестник Национальной академии туризма. – 2014. – №4 (8). – С. 94 – 97.

39. Маринин, М. М. Туристические формальности и безопасность в туризме [Текст] / М. М. Маринин. – М. : КНОРУС, 2015. – 360 с.

40. Морозов, М. А. Туризм. Практика, проблемы, перспективы [Текст] / М. А. Морозов // Экономика и жизнь. – 2012. – №62. – С. 12 – 16.

41. Никифорова, О. Туризм : проблемы статистического изучения / О. Никифорова // Вопросы статистики. – 2017. – №1. – С. 32 – 42.

42. Организация туризма [Текст] : учеб. пособие / под ред. Н. И. Кабушкина. – Минск : Новое знание, 2014. – 632 с.

43. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения : маркетинг в туризме [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 160 с.

44. Рекиш, А. А. Основные причины устойчивого развития региональной экономики [Электронный ресурс] / А. А. Рекиш. – Одесский государственный экологический университет, 2015. – Режим доступа : <http://www.rusnauka.com/>.

45. Романов, А. А. География туризма [Текст] : учеб. пособие / А. А. Романов, Р. Г. Саакянц. – М. : Советский спорт, 2012. – 320 с.

46. Сараев, А. Р. О показателях статистики в туризме [Текст] / А. Р. Сараев // Вопросы статистики. – 2016. – №9. – С. 39 – 43.

47. Сенин, В. С. Международная организация туризма [Текст] : учеб. пособие / В. С. Сенин. – М. : КНОРУС, 2015. – 310 с.

48. Соболева, Е. А. Статистика туризма : Статистическое наблюдение [Текст] / Е. А. Соболева. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 160 с.

49. Современное состояние и тенденции развития туризма в мире [Текст] // Туризм : право и экономика. – 2015. – №2 (25). – С. 15 – 18.

50. Страны Средиземноморья на российском рынке. Анализ рекламных предложений [Текст] // Туризм : практика, проблемы, перспективы. – 2016. – №8. – С. 50.

51. Сырканов, В. А. Горячие проблемы региональной туристской политики [Текст] / В. А. Сырканов // Туризм : Практика, проблемы, перспективы. – 2014. – №2. – С. 18 – 19.

52. Туризм. Практика, проблемы, перспективы [Текст] // Туризм : право и экономика. – 2015. – №62. – С. 35.

53. Турция – туристический рай [Текст] // Турецкий вестник. – 2016. – №3. – С. 3.

54. Ульченко, Н. Основные принципы внешнеэкономического регулирования [Текст] / Н. Ульченко. – М. : Институт востоковедения РАН-Крафт+, 2016. – 180 с.

55. Число международных туристских прибытий в 2015 году возросло на 4% и достигло рекордной отметки в 1,2 млрд. [Electronic resource] / The World Tourism Organization (UNWTO/OMT). – Madrid, 2016. – Mode of access: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos>

56. Энгдаль : Турции необходимо дружить с Россией [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vestifinance.ru/articles/76574>.

57. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме [Текст] : рос. и междунар. опыт / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова; под ред. В. С. Янкевича. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 416 с.

58. Янчевский, В. Г. Основы менеджмента [Текст] / В. Г. Янчевский. – М. : Терта Системе, 2013. – 271 с.

59. Exports from international tourism rise 4% in 2015 [Electronic resource] / The World Tourism Organization (UNWTO/OMT). – Madrid, 2016. – Mode of accesses : <http://media.unwto.org/press-release/2016-05-03/exports-international-tourism-rise-4-2015>

60. Sonmez, M. Risk indicators growing for Turkish economy / M. Sonmez // Al-Monitor. – October 27, 2016.

Приложения